



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL
USUARIO DE LA DEMUNA DE LA
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-
CAJAMARCA, 2018”**

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

Autor:

Bach. Vallejos Bautista, Elvis Elías

<https://orcid.org/0000-0002-7178-7336>

Asesor:

Dr. Echeverría Jara, José Foción

<https://orcid.org/0000-0001-6750-0032>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2022

Aprobación del Jurado

“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018”

Asesor (a): Dr. Merino Núñez Mirko
Nombre Completo Firma

Presidente (a): Dr. Merino Nuñez Mirko
Nombre completo Firma

Secretario (a): Mg. Balarezo Jaime Luis Fernando
Nombre Completo Firma

Vocal (a): Mg. Valera Aredo Julio Cesar
Nombre Completo Firma

Dedicatorias

A Dios, a mis padres y hermanos, por formar parte indiscutible en este logro académico, constituyéndose en los pilares de esta gesta.

A mis hijos Jesús Alfonso, Sandra del Rosario, Alondra América Milagros y Elvis Pablo Bacilio, por ser los que me impulsan a luchar cotidianamente por alcanzar mis metas trazadas y ser un ejemplo para ellos.

Elvis Elías

Agradecimiento

A nuestro divino creador, por darme el privilegio de continuar formándome profesionalmente, dándome la capacidad necesaria y suficiente para culminar exitosamente el presente trabajo.

A mis familiares, por su ayuda moral brindado de manera incondicional y permanente, decisivo para seguir adelante y culminar satisfactoriamente mis estudios.

A los catedráticos de la esta prestigiosa institución universitaria, a quienes expreso mi profundo respeto y admiración, por haberme permitido aprender de sus conocimientos y enseñanzas, vitales para el ejercicio digno y ético de la profesión.

Elvis Elías

Resumen

El objeto de la investigación fue determinar el nivel de correlación que existe entre la satisfacción del usuario y la calidad de servicio brindado por la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio, 2018, para lo cual abordó el estudio desde un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, trabajando con una muestra de 160 usuarios. A nivel de conclusión, se determinó que: 1) Existe correlación directa, positiva y significativamente alta ($Rho = 0,853$) entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario, lo que significa que a mayor calidad del servicio que se preste, mayor será la satisfacción del usuario; asimismo, el nivel de significancia ($p = 0,000$) menor a 0,05, quedando demostrado que la Hipótesis Verdadera de investigación, “Hi”, es cierta y válida, rechazándose categóricamente la Hipótesis Nula: “Ho”; 2) La calidad de servicio que se le ofrece al usuario se encuentra en un nivel “Medio”, con un promedio de 79.5% (127), debido a que presenta deficiencias que deben mejorarse en las dimensiones confiabilidad (indicadores: promesa y errores), capacidad de respuesta (indicadores: puntualidad, rapidez y tiempo), empatía (indicador: horario) y elementos tangibles (indicador: materiales); y 3) La satisfacción del usuario se encuentra en un nivel “Medio”, con un promedio de 72.3% (115), debido a que presenta deficiencias que deben mejorarse en las dimensiones expectativas (indicadores: horario, tiempo y atención), percepción (indicadores: calidad y mejora) y en complacencia (indicadores: servicios, implementación y nivel de satisfacción).

Palabras claves: Calidad, servicio, satisfacción, usuario, complacencia.

Abstract

The object of the investigation was to determine the level of correlation that exists between user satisfaction and the quality of service provided by the DEMUNA of the Provincial Municipality of San Ignacio, 2018, for which the study was approached from a descriptive level quantitative approach, working with a sample of 160 users. At the conclusion level, it was determined that: 1) There is a direct, positive and significantly high correlation ($Rho = 0.853$) between the variables quality of service and user satisfaction, which means that the higher the quality of the service provided, the higher it will be. user satisfaction; likewise, the level of significance ($p = 0.000$) less than 0.05, demonstrating that the True Research Hypothesis, "Hi", is true and valid, categorically rejecting the Null Hypothesis: "Ho"; 2) The quality of service offered to the user is at a "Medium" level, with an average of 79.5% (127), due to the fact that it presents deficiencies that must be improved in the reliability dimensions (indicators: promise and errors) , response capacity (indicators: punctuality, speed and time), empathy (indicator: schedule) and tangible elements (indicator: materials); and 3) User satisfaction is at a "Medium" level, with an average of 72.3% (115), due to the fact that it presents deficiencies that must be improved in the dimensions of expectations (indicators: hours, time and attention), perception (indicators: quality and improvement) and complacency (indicators: services, implementation and level of satisfaction).

Keywords: Quality, service, satisfaction, user, complacency.

Índice

I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos previos	16
1.3. Teorías relacionadas al tema	23
1.4. Formulación del Problema.....	30
1.5. Justificación e importancia del estudio	31
1.6. Hipótesis	32
1.7. Objetivos	32
1.7.1. Objetivo General.	32
1.7.2. Objetivos Específicos.....	32
II. MATERIAL Y MÉTODO	33
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	33
2.2. Población y muestra.....	34
2.3. Variables, Operacionalización	35
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ..	38
2.5. Procedimientos de análisis de datos	40
2.6. Criterios éticos	41
2.7. Criterios de Rigor Científico.....	41
III. RESULTADOS.....	43
3.1. Tablas y Figuras.....	43
3.2. Discusión de resultados	77
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
REFERENCIAS	85
ANEXOS.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Coeficiente del Alpha de Cronbach para determinar la confiabilidad	39
Tabla 2. Prueba de confiabilidad de la variable: calidad de servicio	40
Tabla 3. Prueba de confiabilidad de la variable: satisfacción del usuario	40
Tabla 4. Nivel de correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario.	43
Tabla 5. Determinación del nivel de calidad de servicio	44
Tabla 6. Análisis e interpretación de la dimensión “Confiabilidad” en relación con sus indicadores	45
Tabla 7. Cuándo le prometen hacer algo, lo cumplen.....	45
Tabla 8. Cuándo tiene un problema, el personal muestra interés sincero por solucionarlo.....	46
Tabla 9. Se lleva a cabo bien el servicio que se brinda desde la primera vez	47
Tabla 10. Con qué frecuencia incurren en errores.....	47
Tabla 11. Análisis e interpretación de la dimensión “Capacidad de respuesta” en relación con sus indicadores	48
Tabla 12. Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado	49
Tabla 13. El servicio brindado es rápido.....	50
Tabla 14. Considera que el personal siempre está dispuesto a ayudarle	51
Tabla 15. Considera que el personal tiene tiempo suficiente para responder a preguntas.....	51
Tabla 16. Análisis e interpretación de la dimensión “Seguridad” en relación con sus indicadores	52
Tabla 17. El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza.....	53
Tabla 18. Se siente seguro con los trámites que realiza.....	54
Tabla 19. El personal demuestra interés en querer resolver sus problemas.....	55
Tabla 20. El personal dispone de conocimientos suficientes para responder a preguntas.....	55
Tabla 21. Análisis e interpretación de la dimensión “Empatía” en relación con sus indicadores	56
Tabla 22. Se le ofrece una atención oportuna y eficiente	57
Tabla 23. Horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios...	58
Tabla 24. El personal muestra comprensión por sus necesidades	59
Tabla 25. Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada .	59

Tabla 26. Análisis e interpretación de la dimensión “Elementos Tangibles” en relación con sus indicadores	60
Tabla 27. La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno.....	61
Tabla 28. Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas	62
Tabla 29. La Oficina presenta una apariencia limpia	63
Tabla 30. Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes	63
Tabla 31. Determinación del nivel de satisfacción del usuario.....	64
Tabla 32. Análisis e interpretación de la dimensión “Expectativas” en relación con sus indicadores	65
Tabla 33. El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo	66
Tabla 34. El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado	67
Tabla 35. El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente ...	68
Tabla 36. Análisis e interpretación de la dimensión “Percepción” en relación con sus indicadores	69
Tabla 37. El trato del trabajador es cordial y amable.....	70
Tabla 38. El servicio recibido es de calidad.....	71
Tabla 39. El servicio recibido cada vez va mejorando	72
Tabla 40. Análisis e interpretación de la dimensión “Complacencia” en relación con sus indicadores	72
Tabla 41. Se siente satisfecho con la atención del personal.....	73
Tabla 42. Se siente satisfecho con el servicio recibido.....	74
Tabla 43. Considera necesario implementar más el servicio brindado	75
Tabla 44. Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto .	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles de calidad de servicio	44
Figura 2. Niveles de confiabilidad.....	45
Figura 3. Cuándo le prometen hacer algo, lo cumplen	46
Figura 4. Cuándo tiene un problema, personal muestra interés sincero por solucionarlo.....	46
Figura 5. Se lleva a cabo bien el servicio que se brinda desde la primera vez	47
Figura 6. Con qué frecuencia incurren en errores	48
Figura 7. Niveles de capacidad de respuesta	49
Figura 8. Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado.....	50
Figura 9. Rapidez del servicio brindado.....	50
Figura 10. Disponibilidad del personal para ayudar	51
Figura 11. Disponibilidad del personal para responder preguntas	52
Figura 12. Niveles de Seguridad	53
Figura 13. El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza.....	54
Figura 14. Seguridad para realizar trámites.....	54
Figura 15. Interés del personal para resolver sus problemas	55
Figura 16. Conocimientos suficientes de personal para responder preguntas	56
Figura 17. Niveles de Empatía	57
Figura 18. Se le ofrece una atención oportuna y eficiente	58
Figura 19. Horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios	58
Figura 20. El personal muestra comprensión por sus necesidades	59
Figura 21. Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada	60
Figura 22. Niveles de Elementos Tangibles	61
Figura 23. La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno	62
Figura 24. Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas	62
Figura 25. La Oficina presenta una apariencia limpia	63
Figura 26. Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes	64
Figura 27. Niveles de satisfacción del usuario.....	65
Figura 28. Niveles de Expectativas	66
Figura 29. El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo.....	67
Figura 30. El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado	68

Figura 31. El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente ..	69
Figura 32. Niveles de Percepción.....	70
Figura 33. El trato del trabajador es cordial y amable.....	71
Figura 34. El servicio recibido es de calidad.....	71
Figura 35. El servicio recibido cada vez va mejorando	72
Figura 36. Niveles de Complacencia	73
Figura 37. Se siente satisfecho con la atención del personal	74
Figura 38. Se siente satisfecho con el servicio recibido.....	74
Figura 39. Considera necesario implementar más el servicio brindado	75
Figura 40. Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto	76
Figura 39. Aplicación de encuesta en la DEMUNA-SAN IGNACIO (Toma 1)	116
Figura 41. Aplicación de encuesta en la DEMUNA-SAN IGNACIO (Toma 3)	116
Figura 40. Aplicación de encuesta en la DEMUNA-SAN IGNACIO (Toma 2)	116

I. INTRODUCCIÓN

Es indiscutible pensar que, en los tiempos actuales, tanto la calidad de servicio como la satisfacción del usuario van de la mano, dependiendo una de otra, en una perfecta armonía para lograr la excelencia, en el uso o disfrute de un determinado servicio, sobre todo, cuando se trata de la prestación de un servicio público, que depende exclusivamente de la predisposición y actitud que adopte el servidor público para complacer al usuario, y este último a su vez quien aduce a una institución pública con la esperanza y expectativa de ser bien atendido y que su reclamo o inquietud sea atendido conforme lo esperaba.

Por ello, la investigación se planteó como objetivo determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario y la calidad de servicio brindado por la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio, para lo cual se utilizó el modelo SERVQUAL (Service Quality) que constituye la herramienta más usada para medir la calidad de un servicio, puesto que se ha sido debidamente estructurada para medir la calidad de servicios, en sus 5 dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles; en ese sentido, se dice que el modelo SERVQUAL no solo representa una metodología de evaluación, sino un enfoque para la mejora de la calidad de servicio.

En el primer capítulo, se identificó la realidad problemática vista desde los contextos internacional, nacional y local, que permitió conocer las deficiencias que aquejan a los usuarios en el lugar objetivo de estudio; así como también se hizo una recopilación de estudios realizados a nivel internacional, nacional y local para luego implementar la parte teórica de la investigación, donde se enmarcó la teoría basada por diferentes autores; con el fin conocer con mayor amplitud la temática en relación con las dos variables estudiadas, lo cual nos permitió establecer posibles soluciones que sirvan para la mejora de esta; asimismo, se formuló el problema, así como la Justificación e importancia del estudio, el planteamiento de la hipótesis y la descripción de los objetivos.

En el segundo capítulo, se describió el material y método, el cual incluye todo lo concerniente al aspecto metodológico de la investigación, definiéndose el tipo de investigación con un enfoque cuantitativo, planteándose el diseño de una investigación no experimental, descriptivo, correlacional y transeccional (transversal); asimismo, se determinó la población y la muestra, así como las variables y su

respectiva operacionalización, seguido de la determinación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, el procedimientos de análisis de datos, los criterios éticos y los criterios de Rigor Científico.

En el tercer capítulo se presentan los resultados obtenidos como consecuencia de la aplicación del instrumento, donde se detallan las preguntas y respuestas del cuestionario de la encuesta, realizándose un análisis por cada resultado obtenido, presentando las tablas y figuras, así como realizando la discusión de los resultados.

Y, por último, en el cuarto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones, que van de acuerdo a los resultados que se han obtenido.

1.1. Realidad Problemática

1.1.1. Contexto Internacional.

Actualmente, en el espacio internacional, la calidad se ha vuelto una forma integradora de ejecutar ciertas actividades (sobre todo en la prestación de servicios), como un modo óptimo para ejecutar las cosas, tornándose necesario para el logro de la satisfacción de la población a quienes va dirigido.

La conceptualización de la calidad, con orientación a satisfacer al usuario, fundamental hoy en día en los procesos de mejora continua, sobre todo, en los servicios que brindan las instituciones estatales, empieza en la actividad que realizan las empresas privadas, seguida de las organizaciones industriales y demás entes; en efecto, la palabra calidad de servicio se ha expandido a todas las instancias de las instituciones públicas, incluyendo el atender al ciudadano.

Se sabe bien que la calidad de servicio es muy considerada y valiosa en el mundo del comercio, porque se ha demostrado que, según sus niveles de índices, permitirá conocer el nivel de cuán satisfechos se encuentran los usuarios; partiendo de esta premisa, las entidades públicas buscan mejorarla con el gran deseo de satisfacer a sus usuarios.

Por tal razón, se constituye en un componente de alcance mundial, especialmente para las entidades públicas que prestan servicios, al ser frecuente el trato directo inter-personas, ya que cuando el usuario está insatisfecho con los servicios públicos que recibe, motiva la existencia de un ambiente poblacional tenso, reflejándose y expresándose en los bajos niveles de su satisfacción, ejemplo de ello tenemos lo que se puede apreciar en otros países, en especial los países europeos,

como son Holanda, Alemania, Rusia, Suiza España, Francia y otros, donde destacan y sobresalen debido a la calidad de servicio brindada a sus usuarios.

1.1.2. Contexto Nacional.

A nivel nacional, en nuestro país, fiel a su estilo y siguiendo el ejemplo de otros países, también se les están considerando a los usuarios como un elemento muy importante, debido a que gran parte de sus conductas se relaciona a usar, adquirir y prestar un servicio, pero que se ve reflejado aún más en los niveles de aceptación que expresan los usuarios que acceden a los servicios públicos, el cual se supone que surge de una promesa que habría que cumplirse, acorde a la realidad y alcance de quienes acceden al mismo.

El tema es de importancia debido a que los mismos usuarios serán quienes proporcionarán información para la medición del nivel de satisfacción, sobre la calidad del servicio que presta la institución pública, es por eso que las municipalidades no escapan de este objetivo, debido a que igualmente es importante conocer a magnitud que tan bueno o deficiente resulta ser el servicio que brindan, con lo cual se busca, sobretodo, que se esté cumpliendo los más altos estándares de calidad esperada. La intención es tener satisfechos a sus usuarios, por cuanto las autoridades políticas saben perfectamente que su permanencia en el cargo depende exclusivamente de estas personas, constituyéndose en un reto para lograr así la máxima aprobación durante su gestión, de manera tal que le pueda dar mayor oportunidad de terminar su gobierno; sin embargo, no solo basta con brindar servicio de calidad, sino que lo más importante es que éstos servicios sean apreciados y percibidos por los usuarios, quienes son los llamados por ley a opinar, evaluar y calificarlo como tal.

Así, ante la necesidad que urge en la búsqueda de la innovación de medios para gestionar la asistencia del servicio municipal, a través de la puesta en marcha de sus objetivos sociales, basada en mejorar la atención de los usuarios, para que ésta sea de óptima calidad, por ende, siendo interés concreto el poder tener medidas lícitas que contribuyan a una gestión efectiva, es necesario que se conozcan los niveles de satisfacción que presentan los usuarios, mediante su opinión, puesto que, desde su óptica, son los que mejor aprecian, perciben y tienen una determinada perspectiva del servicio que reciben; permitiendo además conocer sus necesidades y requerimientos que ha de satisfacerse, luego de la recolecta de información

debidamente estudiada y tabulada, ya que no solo basta que el servicio exista, sino que éste tiene que ser aceptado, a través de su demostración.

1.1.3. Contexto Local.

A nivel local, es evidente que la calidad del servicio presenta diferentes estándares que, a nivel nacional, debido a que los usuarios son menos exigentes, por su mismo ámbito social y cultural, donde, por lo general, se rigen por sus usos y costumbres, empero, es de suma importancia saber cuáles son sus experiencias y vivencias, de manera tal que conozca y atienda aquellos componentes decisivos de la calidad de los servicios estatales al momento en que son brindados.

Así, conocemos bien que las autoridades locales son conscientes de que su obligación es aportar en la búsqueda de alternativas que mejoren de la calidad de vida toda la sociedad en general, manteniendo las buenas relaciones entre la administración pública local y los ciudadanos, mediante el estudio y evaluación correlacional habida entre la calidad del servicio brindado y los índices que arrojan sus usuarios sobre cuán satisfechos se encuentran.

Lo que la población percibe es que, en la Oficina de la DEMUNA de la Municipalidad estudiada, no se brinda un servicio de calidad, el cual involucra diversos motivos que influyen en el resultado, como son, por ejemplo, el retardo en la atención de sus requerimientos, la falta de personal suficiente para su atención, entre otros, el cual resulta ser el vivo reflejo de una cultura adquirida por cada administración pública debido al poco interés que se ha venido heredando de gestión en gestión.

En ese contexto, es evidente que existe una realidad problemática manifestada por quienes acceden a dicho servicio, al expresar que no son satisfechas en su totalidad, y, en vez de ello, dan cuenta de su malestar, incomodidades y fastidios, debido a que el servicio municipal recibido en la Oficina de la DEMUNA no cubre sus expectativas, alcanzando a lo mucho un nivel de satisfacción mínima.

Estando a lo dicho, se creyó pertinente trabajar con determinadas dimensiones de la calidad del servicio ofrecido por la DEMUNA de Municipalidad Provincial de San Ignacio, en adelante MPSI, como lo son confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, que nos permitió la medición del nivel de calidad que se brinda y proponer mejoras en los mismos; de igual forma, la medición del nivel de cuán satisfechos se muestran los usuarios, mediante las dimensiones de

expectativas, percepciones y complacencia, considerando ciertos indicadores, son horarios de atención, el servicio prestado, el trato brindado por el trabajador y recibido por los usuarios, y otros factores encontrados para ser medido.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Internacionales.

Domínguez (2018), en su trabajo investigativo se propuso mostrar los resultados del análisis de apreciación de los clientes de la citada entidad financiera referente a la calidad que tuvo el servicio recibido mediante la banca en línea y evaluar la analogía encontrada entre ambas variables estudiadas para luego formular su propuesta de mejora de dicho servicio. Concluyó que la gran mayoría de clientes de la entidad financiera expresa su satisfacción con los servicios de banca en línea recibido, con lo que queda demostrado que la investigación de apreciación permite el alcance de resultados considerables a favor de diseñar y ejecutar lineamientos para mejorar las políticas de calidad que rigen dicho servicio, pudiendo ser usado como guía para otras entidades del sistema bancario con igual rubro.

Aragadvay (2017), en su tesis se propuso como objetivo establecer el nivel de satisfacción de los usuarios externos del citado Hospital. Concluyó que la mala calidad de atención ofrecida en el servicio externo por el referido nosocomio es percibida por los usuarios, por cuanto sus expectativas no han sido atendidas o cumplidas en totalmente, teniendo mayor influencia en los resultados lo que percibió el género femenino, el cual influyó directamente en el nivel de satisfacción global obtenido, debido a que son los que mayormente frecuentan; y que además los usuarios han percibido que no cuenta con información que le facilite su agilidad en la atención médica y uso de los servicios ofertados, motivando a buscar otras alternativas fuera en otro lugar.

Santamaría (2016), en su tesis estableció como objeto la identificación y análisis de las causas que generan impacto en la satisfacción de la muestra sometida a estudio y que tienen los concesionarios, sobre la calidad posventa de su servicio. Concluyó que la clientela de los concesionarios percibieron una calidad alta en el servicio posventa, encontrándose satisfechos en las 5 dimensiones de la calidad de servicio; asimismo, urge el refuerzo de los aspectos de entrega al cliente información

precisa y oportuna, la comunicación efectiva con éste y considerar la posibilidad de ampliar los horarios de atención que les sea más favorables. Como oportunidad de mejora, se identificó la necesidad de integrar aplicaciones móviles y nuevas tecnologías, reestructurar el esquema de cobranza de servicios y especializar la mano de obra en base a líneas vehiculares.

Ávila (2016), en su tesis fijó como objetivo el análisis de la calidad de que se brinda para atender durante la prestación del servicio de salud desde la perspectiva de sus usuarios. Concluyó que los resultados encontrados evidenciaron que los usuarios tiene un alto nivel satisfacción en cuanto a los servicios recibidos en el dicho establecimiento médico, siendo los servicios más utilizados que se ofrece en laboratorio, medicina general, tamizaje neonatal, atención postparto y pediatría; sin embargo, también encontró las carencias y principales problemas, siendo el más trascendente el carecer de presupuesto y de recursos, que permitan el cumplimiento íntegro de atención médica y enfermería que se brinda.

Rojas (2015), en su tesis estableció como objeto hacer una propuesta metodológica que permita medir y priorizar la toma de decisiones, empezando por reconocer los componentes organizacionales que pudieran generar influencia en lo observado por los usuarios de la indicada entidad edil sobre la satisfacción. Su conclusión fue que el modelo que presentó tuvo validez y confiabilidad estadística sobre la muestra en la cual se utilizó, lo cual se explica en base a la varianza encontrada en el factor satisfacción que arrojó un 82,4%, por lo que es posible usarse en una muestra probabilística con iguales resultados en la población.

Ospina (2015), en su tesis se trazó como objeto realizar una profundización de las definiciones de lealtad, satisfacción, valor y calidad de servicio; identificado un orden en el proceso evaluativo del servicio, mediante las relaciones advertidas basadas en la conceptualización realizada, para plasmarse en un modelo conceptual y contratarse a través de una investigación empírica. Concluyó que la satisfacción es un resultado inmediato del valor y la calidad de servicio percibido por los clientes.

1.2.2. Nacionales.

Barreda (2019), en su investigación que tuvo como objetivo general determinar la influencia que existe entre la gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa COMPUTROCK E.I.R.L. Chiclayo. Concluyó que, si existe

influencia en la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la referida empresa, debido a que el coeficiente de correlación es $r=0.88$, el resultado se encuentra ubicado por debajo del nivel bilateral 0.489. La calidad de servicio se caracteriza por presentar un alto nivel, sin embargo, los factores que no contribuyen a incrementar el nivel de calidad de servicio que se ofrece son las dimensiones elementos tangibles y empatía; en tanto que el nivel de satisfacción que presentan sus clientes es alto.

Carreazo (2018), en su tesis se estableció como objetivo determinar la relación existente entre el servicio de atención y la satisfacción del usuario en la Municipalidad de la Municipalidad de Carabayllo, en base a sus dimensiones. Concluyó que hay correlación positiva y significativa que involucra a ambas variables estudiadas; significando que, si el nivel del servicio de atención es regular entonces el nivel de satisfacción que demuestran los usuarios será igualmente regular.

Vilca (2018), en su tesis fijó como objeto determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los administrados de la Municipalidad Distrital de Cabana. Concluyó que hay relación fuerte entre las variables calidad de servicio y satisfacción del administrado, afirmando que si la calidad de la prestación del servicio es alta, entonces será mayor la satisfacción que muestre el administrado.

Ochoa y Vega (2018), en su trabajo de investigación tuvieron como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de José Leonardo Ortiz. Determinaron que la calidad de servicio en la mencionada entidad edil se ve afectada por la falta de compromiso de algunos trabajadores municipales para brindar un buen servicio, por lo que muchos de los usuarios consideran que el servicio no es del todo bueno; asimismo, se determinó que la satisfacción de los usuarios está dada por factores como: el tiempo de respuesta municipal, la solución de los problemas y la complacencia con los resultados obtenidos. Se concluyó que, si existe correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de José Leonardo Ortiz, a través del análisis de correlación de Pearson, con una escala de relación de 0,516, es decir, existe una relación moderada entre ambas variables.

Riqueros (2017), en su tesis tuvo por objeto determinar el nivel relacional existente entre la calidad del servicio y la satisfacción que tuvieron los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas. Concluyó que, a mayor o menor cambio que

haya en la calidad de servicio, mejor o peor cambio serán los niveles satisfactorios de los usuarios; y que hay relación significativa buena y directa entre las dos variables.

Cama (2017), en su tesis precisó como objeto determinar el nivel relacional entre la calidad de servicio y la satisfacción que evidencia el usuario en el Juzgado de Paz Letrado de Puente Piedra. Con sus resultados, demostró que entre las variables estudiadas hay una moderada relación positiva de $r = 0,313$, lo que equivale a decir que ante un buen nivel de calidad de servicio recae un buen nivel de satisfacción del usuario; contrario sensu, ante un deficiente nivel de calidad de servicio recae un deficiente nivel de satisfacción del usuario. Concluyó que hay una moderada relación positiva entre las dos variables estudiadas en el citado Juzgado.

Huamán (2017), en su tesis fijó como objeto establecer la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo. Luego de ser procesada la información recogida, se obtuvo que la calidad de servicio tiene un nivel moderado, con un 85.6% de la muestra; por lo que debe darse más significancia a la capacidad de respuesta que tienen los empleados; de igual forma, existe satisfacción moderada, con un 89.8%. Concluyó que el 85.0% de los usuarios opinaron que la calidad de servicio y la satisfacción es moderada en los servicios que se brindan el referido municipio, y un 4.4% precisaron que se han sentido satisfechos con la calidad del servicio accedido, siendo alta.

1.2.3. Regionales.

Fernández (2018), en su tesis propuso como objeto determinar la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Chota. Concluyó que la variable calidad de servicio tiene correlación positiva con la satisfacción, con una correlación de Pearson de 0,937, agregando que, para la determinación de satisfacción del usuario, tienen mucho que ver las dimensiones fiabilidad, la capacidad de respuesta, al lograr que el servicio ofrecido sea de óptima calidad en la citada Gerencia.

Blanco y Soto (2017), en su tesis, establecieron como objeto la propuesta de un modelo de gestión para el incremento del nivel de satisfacción de los usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc. Concluyeron que solo es regular la gestión del servicio que se da al usuario en dicha área, tendiente a ser buena, mientras que el aspecto más débil fue la fiabilidad; en

tanto que, el nivel de satisfacción fue moderada y alta ante el servicio, asimismo, el usuario tiene percepción más alta a sus expectativas, sobre el servicio ofrecido por el área de programas sociales del mencionado municipio.

Julcamoro y Terán (2017), en su tesis, establecieron como objeto determinar el nivel de satisfacción que muestra el usuario externo del Servicio de Emergencia del Hospital Regional Docente de Cajamarca. Concluyeron que el nivel de satisfacción de la muestra, revelan una satisfacción del 33,40% de fiabilidad, 24,60% de capacidad de respuesta, 37,50% de seguridad, 25,10% de empatía, y 36,70% de aspectos tangibles; asimismo, observaron insatisfacción 66,63% de fiabilidad, 75,40% de capacidad de respuesta, 62,50% de seguridad, 74,90% de empatía, 63,30% de aspectos tangibles, es decir, obtuvieron resultados aceptables.

Escalante (2017), en su tesis señaló como objeto determinar la relación que pudiera existir entre la calidad de servicio con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Como conclusión indicó haber encontrado una relación significativa entre las variables estudiadas. Con los resultados hallados comprueba la teoría de los especialistas quienes afirman que de todos modos la satisfacción del usuario siempre dependerá de cómo se presente la calidad del servicio.

Romero (2017), en su tesis estableció como objetivo determinar el nivel de satisfacción de los usuarios del Centro de Atención al Ciudadano (CAC) con la calidad de servicio de la citada Municipalidad. Concluyó que es elevado el nivel de satisfacción mostrado por los usuarios para la opción regular, al calificar el servicio que brinda el CAC de la mencionada Municipalidad, sobresaliendo las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, significando que el CAC viene cumpliendo mínimamente los requisitos en el ofrecimiento de un servicio adecuado a la sociedad.

1.2.4. Locales.

Jaramillo (2019), en su tesis se propuso como objetivo determinar el grado de relación que presentan las variables calidad de servicio y satisfacción de los clientes en la Cooperativa APROCASSI. Concluyó que existe una relación directa y positiva entre la calidad de servicios y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de

estudio, siendo el nivel de calidad de servicio muy alto; mientras que el grado de satisfacción que muestran sus clientes es alto.

Jiménez y Neyra (2017), en su tesis estableció como objeto determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de San Ignacio. Concluyeron que hay relación alta, directa y significativa entre las dimensiones de la calidad de servicio con las dimensiones de satisfacción de los usuarios de dicha entidad pública, correspondiendo una correlación de $r=0.651$, y una significación de $p= 0,000$ ubicado por debajo del nivel bilateral $0,01$.

Serna y Yangua (2017), en su tesis fijaron como objeto determinar la relación que existe entre las estrategias de atención y la satisfacción de los clientes de la Agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio. Concluyeron los clientes no están satisfechos, existiendo la necesidad de que se apliquen estrategias de atención con el propósito de mejorar el satisfacer de los clientes y así estén plenamente satisfechos al cubrir sus expectativas, ello debido a que existe un promedio considerable de clientes que expresan estar “totalmente en desacuerdo” sobre la atención recibida; siendo los factores influyentes el estrés, la recarga de trabajo y los ambientes reducidos, que limitan a los empleados para desarrollar sus actividades, así como la carencia de trabajadores y la aperturación de más ventanillas para agilizar la atención.

Cueva y Gonzáles (2017), en su tesis establecieron como objeto determinar el desempeño laboral y la calidad de servicio en el restaurante Sabor de Mi Tierra, San Ignacio. Concluyeron que el 53% de sus clientes están “ni satisfecho ni insatisfecho” con la calidad de servicio ofrecido. En calidad de servicio, según sus dimensiones, obtuvo: el 67% de clientes están “ni satisfecho ni insatisfecho” con el trato recibido por los colaboradores; el 47% de clientes están “ni satisfecho ni insatisfecho” con el nivel de confianza transmitida por los colaboradores; y 40% de clientes se mostraron un poco insatisfecho con la rapidez de atención que realizan los colaboradores. Cuando se midió el desempeño laboral de sus colaboradores, los clientes expresaron que no están satisfechos, en un 37%. En la variable desempeño laboral, según sus dimensiones se obtuvo: el 67% que existe mucha competencia para el servicio ofrecido por el Restaurante; el 43% están “ni satisfecho ni insatisfecho” con la

disponibilidad que poseen los colaboradores para ayudarlos; y el 67% están poco insatisfecho sobre la mejora continua del servicio que brindan los colaboradores.

Nuñez (2017), en su tesis estableció como objeto determinar si existe relación entre el Planeamiento Estratégico de la Municipalidad Provincial de San Ignacio y la satisfacción de los trabajadores en el manejo de residuos sólidos. Concluyó, luego de aplicar un test para determinar cuál es el nivel de satisfacción al manejar los residuos sólidos, el 42.85% estuvo en el nivel regular; mientras que un 57.14% estuvo en el nivel bajo, dejando en evidencia que los empleados de la Subgerencia del Sistema de Gestión Integral de residuos sólidos, expresan un nivel bajo de satisfacción en el manejo residuos. La relación existente entre las variables de Planeamiento Estratégico de dicha Municipalidad y la satisfacción del manejo de residuos sólidos en sus empleados es homogéneo, debido a que si se mejora el nivel de conocimientos en planeamiento estratégico permitirá que se incremente el nivel de satisfacción del manejo de residuos sólidos.

Ramírez (2017), en su tesis estableció como objeto la identificación del nivel de conocimiento y competencia funcional que tienen los Tenientes Gobernadores del Distrito de Chirinos, que optimice la calidad de su servicio mediante un Programa de Talleres de Capacitación. Concluyó lo siguiente: en el pre test un 75%, quince de los Tenientes Gobernadores presentaron un nivel bajo de conocimiento de las competencias funcionales en el desempeño del cargo, ante un 10%, dos Tenientes Gobernadores, que tuvieron una calificación alta, por cuanto en alguna otra oportunidad han ejercido esta función. Ante ello, se diseñó y aplicó un Programa de Talleres de Capacitación que buscó mejorar la calidad del servicio que se está brindando, capacitándolos en conocimientos y competencias funcionales, propuesta que quedó validada debido a que mejoró sustantivamente en los conocimientos de sus funciones en un 95%, sumado de las calificaciones de las categorías medio y alto. Los resultados demostraron que los pobladores percibieron mejor la calidad de servicio ofrecido por los Tenientes Gobernadores, siendo esa "buena", alcanzando un 82% de que el Teniente Gobernador ha solucionado de manera satisfactoria los requerimientos actuales a diferencia de ocasiones pasadas.

Serquén (2017), en su tesis fijó como objeto la determinación del Plan de Simplificación Administrativa con miras a perfeccionar la atención de los adultos mayores indocumentados del RENIEC, San Ignacio. Concluyó que en el pre test

aplicado el puntaje más alto alcanzado fue en documentos que acreditan su identidad con un nivel moderado 95%, en acceso a programas sociales obtuvo un 90% y en satisfacción en la atención el 75%; sin embargo, luego de aplicar su programa, sus resultados fueron: en acceso a programas sociales obtuvo un nivel muy alto de 65%, siendo la más destacada; en documentos que acreditan su documento de identidad obtuvo un nivel moderado de 65%; y en satisfacción al cliente el 55%.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. El servicio

1.3.1.1. Definiciones.

La Real Academia Española (RAE, 2019), lo ha definido como: “Acción y efecto de servir. Institución y empleados dirigidos al cuidado de intereses y satisfacer alguna necesidad del público o de una institución, pública o privada. Función o prestación que desempeñan las empresas de servicio y sus trabajadores. Es una actividad que realiza una organización, especializada o no, que tiene por destino satisfacer necesidades de la sociedad”.

Matsumoto (2014) indica que los servicios son actividades intangibles pero que se pueden identificar, y el objeto de una transacción que busca satisfacer la necesidad y deseos de un cliente, sin que ello importe la propiedad de algo.

1.3.1.2. Servicio de atención.

Para Müller (2003), es una agrupación de actividades que una empresa oferta, buscando lograr la satisfacción de necesidades, requerimientos y expectativas de quienes consumen, a pesar de que no siempre lo consigan.

Gómez (2009), afirma que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Por su parte, Uribe (2011), opina que servicio al cliente (o conocido también como servicio de atención al cliente) involucra varias etapas y factores, que no solo hace alusión exclusiva al momento en que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio (p. 78).

Según Domínguez (2018), servicio al cliente es establecer y gestionar una relación mutua de satisfacer expectativas entre el consumidor y la institución, para lo cual se avala en interactuar y retroalimentar a través de la escucha interpersonal, en cada una de las fases del proceso servicial. El objetivo principal es que se mejore la experiencia que el consumidor tiene con el servicio de la institución, ya que no solo valora el bien propiamente dicho, lo útil que es, valor económico y rendimiento técnico, sino también valora al producto desde la perspectiva del servicio.

García (2016) afirma que el servicio que se le brinda a un cliente está compuesto por determinadas actividades interrelacionadas ofrecidas por un proveedor con el objeto de que el cliente obtenga el producto o servicio en el período y sitio apropiado, asegurándole que el uso sea correcto. Es el diagnóstico que la empresa siempre debe hacer para conocer las necesidades y gustos del cliente, por ser quien ayuda a que la empresa se posicione.

1.3.2. La Calidad.

1.3.2.1. Definiciones.

Es la regeneración de las necesidades de los usuarios a posteriori en peculiaridades que permitan medirse; sólo un producto podría ser hecho para dar gusto a las necesidades del cliente en contraprestación económica que éste pagará; quedando la excelencia a expectativa de ser determinada solamente por quien lo consume (Deming, 1989).

Es lograr satisfacer las necesidades del consumidor y sus expectativas razonables (Berry, 1995, p. 2).

Para la Real Academia Española (2019), en castellano hace referencia a la propiedad o propiedades inseparables a un bien, admitiendo ser apreciado como igual, mejor o peor en comparación con otros de su misma especie.

Es producir un bien o servicio en buenas condiciones, haciendo todo de modo correcto, produciendo los deseos del cliente, siendo semejante a la perfección. Si una empresa conoce lo que el cliente necesita y desea, entonces logrará la generación de valor, creando productos y servicios de calidad (Matsumoto, 2014).

1.3.2.2. Calidad de servicio.

Moyano et al. (2011), alegan que: “la calidad del servicio expresa el inicio desde el cual el bien o servicio tiende a complacer las necesidades que exigen los consumidores, en tanto que la calidad ofrecida se determina por que el consumidor expresa de lo que puede apreciar” (p. 180).

Los métodos utilizados que posibilitan determinar la calidad de un servicio dado a cualquier cliente, no solo para la satisfacción de sus necesidades, sino también para la superación de sus expectativas. Por ello, es indispensable que las empresas mejoren su tecnología (software y hardware) y seleccionar mejor personal para que trabaje, si pretende lograr mayor calidad. Software son todos los procedimientos que se utilizan, que son mejorados mediante los individuos. La mejora del hardware se logra con invertir capital comprando equipos, sistemas y materiales para adquirir tecnología apropiada. El talento humano se mejora asumiendo procedimientos innovadores, acorde a su nivel cognitivo, destreza y creatividad, pero que contribuya a mejorar la actitud para desempeñar sus funciones (Riveros, 2007).

Jiménez y Neyra (2017), entienden por calidad de servicio como la divergencia existente entre lo que desea el usuario respecto del servicio recibido y la percibida por éste, expresando una manera de conducta relacionada, pero sin ser parecida a la satisfacción, es la comparación que hace el consumidor de sus expectativas con el rendimiento percibido del servicio se le ha hecho una vez culminada la transacción, lo cual influye en su satisfacción, sobre todo, en el nivel de su estado anímico.

Calidad en el servicio, según Matsumoto (2014), resulta ser la consecuencia de un proceso evaluativo, en la que el usuario coteja sus expectativas con lo percibe, esto es, la calidad se mide a través de la diferenciación que encuentra el cliente en el servicio que esperaba y el que recibe por parte de la empresa.

1.3.2.3. Características de la calidad de servicio.

Según lo afirmado por Zeithaml et al. (1993), las características de los servicios son innatas y propias, que las diferencian de los productos, y que, por su naturaleza se identifican por ser intangibles, heterogéneas e inseparables (p. 420).

En ese sentido, podemos señalar que la calidad de servicio tiene 3 dimensiones, las cuales se definen cada una de ellas a continuación:

Dimensión intangibilidad (Intangibles). A diferencia de los bienes materiales, es aquella característica distintiva del servicio que nos imposibilita poder tocarlos o sentirlos, es decir, el usuario adquiriente no puede probarlos (saborearlos), ni tampoco conocer las particularidades de la calidad de dicho servicio (Vildósola, 2007, p. 52).

Dimensión heterogeneidad (variabilidad). Hace alusión al alto nivel de variabilidad potencial que se presenta en la prestación de los servicios, lo que implica que las personas son las que por lo general prestan los servicios y como tal, son ineludiblemente las conductas personales son distintas a la hora de prestar un servicio, toda vez que, cada día es diverso las personas (Zeithaml et al., 1993, p. 34).

Dimensión inseparabilidad. Un servicio generalmente es consumido mientras se presta, con la implicancia a menudo del cliente durante dicho proceso. Un servicio no se puede separar del mismo servicio, inseparabilidad que también sucede en la persona que brinda el servicio. Los servicios son parcial o totalmente simultáneos cuando se produce y el consumo (Berry et al., 1989).

1.3.2.4. Dimensiones de la variable calidad de servicio.

Tanto para Parasuraman et al. (1991), como para Müller (2003), las dimensiones de la calidad de servicio son: elementos tangibles, fiabilidad (confiabilidad), capacidad de respuesta, seguridad (aseguramiento) y empatía.

Dimensión elementos tangibles. Aspecto de las instalaciones físicas, equipos, artículos de comunicación y personal (Zeithaml et al., 1993, p. 29). Representación de la peculiaridad física y apariencia de quien preste el servicio, basado en sus infraestructuras, equipos, colaboradores y otros artículos que son palpados por el consumidor cuando contrata el servicio (Müller, 2003, p. 12). Los componentes físicos, la normatividad técnica, la estética y el diseño, son elementos tangibles que percibe quien consume el producto, por lo que el encargado del marketing considera clave para hacer la diferencia de sus productos frente a la de su competencia (Mollá et al., 2014, p. 57).

Dimensión fiabilidad. Constituye la destreza de poder ejecutar el servicio ofrecido de una manera confiable y con el debido cuidado, realizándose de manera correcta desde el inicio (Zeithaml et al., 1993, p. 29). Es un componente trascendental a la hora de prestar el servicio, por lo que se considera que va más

ligada a la calidad de los procesos, por cuanto al ser percibida ayuda a mejorar el inicio de una comunicación, así como resolver sus problemas, en cumplimiento del principal objetivo de la institución (Müller, 2003, p. 12).

Dimensión capacidad de respuesta. Implica tener predisposición, actitud y voluntad de proporcionar ayuda al usuario y suministrarlo de un servicio con rapidez, expeditivo y accesible, cumpliendo oportunamente los compromisos adquiridos y la facilidad que deben tener los clientes para contactarse con la institución (Zeithaml et al., 1993, p. 29). Es importante que se transmita al usuario seguridad y convicción al momento de brindarle respuesta a lo que consulte o inconveniente que plantee; dándole la impresión de haber agotado los medios que están a nuestro alcance manos para encontrar la solución (Müller, 2003, p. 13).

Dimensión seguridad. Es la expresión de lo que conoce y las habilidades que muestran para atender a los colaboradores y que hacen inspirar credibilidad, integridad, confianza y honestidad, logrando que el cliente considere que sus problemas están en buenas manos (Zeithaml et al, 1993, p. 29). Está inmersa en la gestión de la calidad que busca brindar confianza al consumidor de que se cumplirá lo prometido (Müller, 2003, p. 11).

Dimensión empatía. Es la predisposición que se tiene para ofertar a sus usuarios el servicio de cuidar y atenderlo de manera personalizada, yendo más allá de la simple cortesía. Se necesita estar comprometido e involucrado fuertemente con el consumidor, para conocer de manera detallada sus deseos y necesidades propias, además de sus exigencias específicas (Zeithaml et al, 1993). Es una habilidad inherente de la persona que consiente establecer una comunicación sociable con sus semejantes (Müller, 2003, p. 11).

1.3.3. La Satisfacción.

1.3.3.1. Definiciones.

La Real Academia Española (2019), señala sobre la satisfacción que es la “razón, acción o modo mediante el cual se apacigua y se da respuesta íntegramente a un reclamo, sentimiento o razón contraria. Es cumplir el deseo o el gusto”.

Gosso (2008), la conceptualiza como el placer que percibe el usuario luego de consumir cierto producto o servicio específico; o, lo que equivale a decir, proceso que experimenta el cliente al percibir y evaluar una experiencia.

Según Reyes et al. (2009), constituye la contestación de saciedad del consumidor, basado en la opinión de un rasgo percibido en el producto o servicio, que manifiesta el cumplimiento de la expectativa.

1.3.3.2. El Usuario.

Según Curzel (2008), es aquel sujeto con derecho a utilizar una determinada cosa que no es suya, pero con ciertas restricciones.

Aurora (2005), señala que el usuario es el actor principal como objeto de estudio de cualquier proceso para adquirir información, debido a que sus características propias y su entorno referencial laboral, social, económico o político, constituyen factores que permitirán la determinación de su comportamiento, basados en la información.

Según Lira (2009), los tipos de clientes son:

a. Cliente interno. Representado por los colaboradores institucionales, quienes se encargan de recibir insumos y darles un valor agregado.

b. Cliente externo. Representado por el intermediario, quien tiene relación directa con la institución.

c. Cliente final. Representado por el usuario que consume el producto o servicio, quien validará todo lo que se prometa, diga o anuncie acerca de estos.

1.3.3.3. La satisfacción del usuario.

La conceptualización más habitual de satisfacción e insatisfacción del usuario es resumida en comparar sus expectativas con lo que percibe, basado en el contacto existente que tiene con el servicio (Miranda, 2017); es decir, si lo percibido por el consumidor satisface sus expectativas, se puede afirmar que ha sido confirmada y que ha quedado satisfecho, por el contrario, si lo que percibe y las expectativas que tenía son diferentes, entonces se puede afirmar que la expectativa debe ser rectificadas (Hoffman y Bateson, 2012).

En tanto que Kotler y Keller (2012, p. 128), especifican que el cliente queda insatisfecho si resulta ser más pobre la satisfacción que las expectativas; si supera sus expectativas, estará muy satisfecho o complacido; por ende, el nivel de satisfacción depende mucho si el servicio consigue superar o no las expectativas que tiene el consumidor.

Según Gutiérrez (2017), cuando la calidad del servicio tiene una mejora fuerte, también la tiene la satisfacción que muestra el usuario en la misma jerarquía, es decir, habría proporcionalidad y equidad en la forma de presentarse.

Según Guillén (2017), citando a Paz Couso (2005), señala que la satisfacción de los clientes se relaciona con proceso mental (neurológico) del cliente cuando compara sus esperanzas de servicio, con lo que en realidad reciben cuando adquieren un bien o servicio, lo cual implica revisar exhaustivamente que el producto o servicio cubra las expectativas prometidas por la empresa, el cual incluye aspectos de calidad. Este proceso neurológico responde a la percepción que presenta el cliente frente a un evento. La percepción básicamente es el ordenamiento de los estímulos de un cliente frente a una situación objetiva. El proceso de expectativa es un proceso individual que varía dependiendo de los procesos mentales que tiene cada usuario, es decir, la satisfacción puede variar, a pesar de que los clientes se hayan encontrado expuestos a un mismo bien o servicio.

Por su parte, Dávila y Barboza (2019), citando a Feigenbaum (2010), señalan que es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, por ello, es importante que toda entidad que quiera ser reconocida tenga en consideración la opinión del consumidor, dentro del cual se encuentra la atención oportuna de las quejas y/o reclamos que éstos pudieran tener, ya que contribuyen a mejorar e incrementar los niveles de satisfacción.

1.3.3.4. Dimensión de la variable satisfacción.

Según Fornell (2005), citando el modelo American Customer Satisfaction Index (ACSI), las dimensiones de medición de la satisfacción son 6: expectativas, percepción, valor percibido, satisfacción del cliente, quejas y lealtad.

En el presente trabajo investigativo se ha tomado en cuenta sólo 3 de estas, considerando que su ejecución ha sido desarrollada dentro de una institución de la administración pública, analizando sus cualidades específicas, basadas en que la DEMUNA-MPSI, carece de competencia en el servicio que ofrece, se ha considerado pertinente usar solo las dimensiones “expectativas”, “percepción” y “satisfacción del cliente”, y, para no generar confusiones con la última variable a utilizarse, se reemplazar por la palabra “complacencia”.

De igual manera, el valor percibido no ha sido tomado en cuenta por cuanto el valor económico del servicio que se brinda es gratuito, asumiendo únicamente algunos costos administrativos como son, por ejemplo, para que se expidan fedateadas; asimismo, no se ha tomado en consideración las quejas ni la lealtad, por cuanto el cuestionamiento al servicio ofrecido únicamente puede hacerse ante la misma entidad, debido a que es la única institución pública dentro de la localidad que brinda dicho servicio, por ende, no existe otra opción a elegir, salvo en aquellos casos en que se pretenda acceder a una defensa jurídica privada.

Dimensión expectativas. Es una medida anticipada que se hace respecto a la calidad de determinados bienes (tangibles o intangibles) que una empresa ofrece a la sociedad, que representa la experiencia preliminar de la utilización, conteniendo la propaganda y la atención personalizada, como predicciones sobre el potencial de institucional para ofertar calidad en futuros acontecimientos (Fornell, 2005, p. 11). Surge en base a experiencias previas de compras, sugerencias amicales, así como de la información y promesas que el usuario escucha de la empresa y sus competidores (Kotler y Keller, 2012, p. 128).

Dimensión percepción. Es la medida de evaluación que el cliente hace como resultado de su experiencia actual de consumo de la calidad que tienen determinados productos o servicios que brinda una organización. La calidad es la medida basada en la “personalización” de los productos o servicios con miras a lograr satisfacer las necesidades individuales de quien los consume, y, la fiabilidad, la frecuencia de problemas que presenta el servicio (Fornell, 2005, p. 11).

Dimensión complacencia. Equivalente a satisfacción que desde siempre se consideró como un factor elemental para determinar el éxito en los mercados, por eso, satisfacer lo que necesita el usuario es la clave en el intercambio entre empresa y mercado (Gil et al., 2005, p.53).

1.4. Formulación del Problema

¿Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018?

1.5. Justificación e importancia del estudio

1.5.1. Justificación social.

Según Ñaupas et al. (2013, p. 132): “Sucede cuando lo que se investiga apunta a la resolución de cualquier problema que afecta a la sociedad”. La justificación social, se da porque se busca la identificación y diagnóstico de la calidad del servicio que se ofrece en la DEMUNA-MPSI, así como saber cuál es el nivel percibido sobre la satisfacción. Así, los resultados conseguidos permitirán que se optimice la calidad del servicio que da la mencionada Oficina, usando como elemento principal todas aquellas necesidades requeridas por los usuarios.

1.5.2. Justificación teórica.

Según Ñaupas et al. (2013), surge al momento de indicar cuán importante es investigar un problema para desarrollar una teoría científica, y permitirá realizar innovaciones científicas, siendo pertinente que se haga un balance o estado de la cuestión problemática investigada, y que ayudará a formular y refutar resultados obtenidos en investigaciones similares o la ampliación de cualquier modelo teórico. Expresar la relación teórica existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la DEMUNA-MPSI, es el propósito de la presente investigación, pues conocer a profundidad la correlación que existe entre estas dos variables permitirá mejorar la comunicación entre empleados y usuarios, permitiendo un mejor proceso de atención; asimismo, nos permitirá generar varias propuestas que apuntan a mejorar la calidad de atención a los usuarios, y que a la postre permitirá, de manera indirecta, a satisfacer sus requerimientos, y, de manera directa, que se pueda prestar un mejor servicio en la Oficina de la DEMUNA.

1.5.3. Justificación metodológica.

Ñaupas et al. (2013) afirman que sucede cuando se señala que la utilización de técnicas o instrumentos específicos investigativos, podrían ser aprovechadas en demás investigaciones con igual similitud; en tal sentido, la presente investigación se justifica de manera metodológica gracias al empleo del modelo SERVQUAL aplicado en los usuarios de la DEMUNA-MPSI y que permitirá medir su grado de satisfacción; además, para obtener información se utilizarán las encuestas, la cual se ejecutará mediante cuestionarios parametrados por dicho modelo.

En conclusión, con los resultados obtenidos se aportaron recomendaciones a las instituciones edilicias que contribuyen a que mejore la calidad en el modo de prestar el servicio a los usuarios y lograr así un mayor nivel positivo respecto a la satisfacción, toda vez que cuando éstos se encuentran satisfechos y acordes con el servicio municipal recibido, se podrá percibir un ambiente de armonía y satisfacción poblacional, contribuyendo así, de manera indirecta, a mejorar su calidad de vida; asimismo, aportaron orientaciones a los funcionarios y servidores que pueden aplicarse a entidades edilicias que tengan características similares, permitiendo su mejor desempeño y, como consecuencia, brindar dicho servicio con mayor calidad.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis de investigación.

Hi: Si existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA en la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

1.6.2. Hipótesis nula.

Ho: No existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General.

Determinar el nivel de correlación que existe entre la satisfacción del usuario y la calidad de servicio brindado por la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos.

a) Determinar el nivel de calidad de servicio que se les ofrece a los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

b) Determinar el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de Investigación.

La investigación fue **cuantitativa**, que es la representación de un conjunto de procesos, que sigue una secuencia y requiere ser probada. Sus etapas siguen un orden secuencial el cual es seguido con rigurosidad sin saltarse una de otra, lo cual no implica que en algún momento se puede redefinir alguna fase (Hernández et al., 2014).

2.1.2. Diseño de Investigación.

No experimental, descriptivo y correlacional-transeccional (transversal).

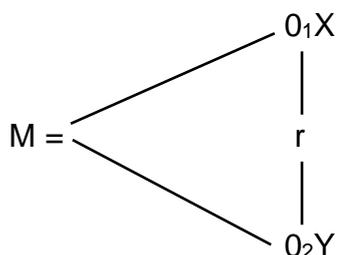
Según Hernández et al. (2014):

a) No experimental, Al no haberse manipulado las variables.

b) Descriptivo, Debido a que hubo descripción del perfil de los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio, y constituyó la muestra, para conocer sobre la información que tienen respecto a las 2 variables estudiadas.

c) Correlacional, Al buscar establecer la relación de las variables.

d) Transeccional (transversal), debido a que la información fue recolectada en un solo momento y en una única época, esto es, en los meses de Enero a Octubre del 2018.



Dónde:

M: Representa la muestra estudiada (N° de usuarios).

O_1X : Representa la medición a la variable (Calidad de Servicio).

O_2Y : Representa la medición a la variable (Satisfacción).

r: Representa la relación entre las variables (Coeficiente de correlación).

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población.

Según Hernández et al. (2014), es el conjunto de todas las circunstancias que tienen coincidencia con diversas descripciones y su ubicación depende de su entorno y características como contenido, lugar y tiempo (p. 174). En tanto que Moya (2007) es la suma total de elementos que tienen en común, aunque sea una cualidad.

En esta investigación se consideró una población conformada por 472 usuarios atendidos durante los meses de ENERO A OCTUBRE DEL 2018, en la DEMUNA-MPSI.

2.2.2. Muestra.

Pertenece a la población, como un subgrupo de elementos; debiendo ser representativas para el enfoque cuantitativo (Hernández et al, 2014, p.175).

Así, considerando que nuestra población es de **472 usuarios**, la muestra se determinó aplicando la fórmula siguiente:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N - 1) + Z^2PQ}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra (por determinar)

N= Tamaño de la población (472)

P = Probabilidad de satisfacción (0.2)

Q = Probabilidad de insatisfacción (0.8)

Z = Nivel de confianza (1.95)

d = Margen de error permitido (0.05)

Determinación del tamaño de la muestra

$$n = \frac{(472)(1.95)^2(0.2)(0.8)}{(0.05)^2(472 - 1) + (1.95)^2(0.2)(0.8)}$$

$$n = \frac{287.1648}{1.7859}$$

$$n = 160.079$$

Por tanto, el tamaño de la muestra aplicable a los usuarios de la **DEMUNA-MPSI** fue de **160 usuarios**.

2.3. Variables, Operacionalización

2.3.1. Variables.

Variable Independiente: Calidad de Servicio: Es la divergencia existente entre lo que desea el usuario respecto del servicio recibido y la percibida por éste, expresando una manera de conducta relacionada, pero sin ser parecida a la satisfacción, (Jiménez y Neyra, 2017).

Variable Dependiente: Satisfacción de los usuarios: Entendida como, si lo percibido por el consumidor satisface sus expectativas, se puede afirmar que ha sido confirmada y que ha quedado satisfecho, por el contrario, si lo que percibe y las expectativas que tenía son diferentes, entonces se puede afirmar que la expectativa debe ser rectificadas (Hoffman y Bateson, 2012).

2.3.2. Operacionalización.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento
Variable Independiente: Calidad de Servicio	Confiabilidad	Promesa	¿Cuándo le prometen hacer algo, lo cumplen?	Cuestionario en base al Modelo SERVQUAL
		Solución	¿Cuándo usted tiene un problema, el personal muestra interés sincero por solucionarlo?	
		Habitualidad	¿Se lleva a cabo bien el servicio que se brinda desde la primera vez?	
		Errores	¿Con qué frecuencia incurren en errores?	
	Capacidad de respuesta	Puntualidad	¿Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado?	
		Rapidez	¿El servicio brindado es rápido?	
		Ayuda	¿Considera que el personal siempre está dispuesto a ayudarlo?	
		Tiempo	¿Considera que el personal tiene tiempo suficiente para responder a sus preguntas?	
	Seguridad	Confianza	¿El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza?	
		Seguro	¿Se siente seguro con los trámites que realiza?	
		Interés	¿El personal demuestra interés en querer resolver sus problemas?	
		Conocimiento	¿El personal dispone de conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?	
	Empatía	Propuesta	¿Se le ofrece una atención oportuna y eficiente?	
		Horario	¿Existen horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?	
		Comprensión	¿El personal muestra comprensión por sus necesidades?	
		Atención	¿Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada?	
Elementos Tangibles	Equipos	¿La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno?		
	Instalaciones Físicas	¿Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas?		
	Apariencia	¿La Oficina presenta una apariencia limpia?		
	Materiales	¿Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes?		

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento
Variable Dependiente: Satisfacción de los Usuarios	Expectativas	Horario	¿El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo?	Cuestionario en base al Modelo SERVQUAL
		Tiempo	¿El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado?	
		Atención	¿El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente?	
	Percepción	Trato	¿El trato del trabajador es cordial y amable?	
		Calidad	¿El servicio recibido es de calidad?	
		Mejora	¿El servicio recibido cada vez va mejorando?	
	Complacencia	Personal	¿Se siente satisfecho con la atención del personal?	
Servicio		¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?		
	Implementación	¿Considera necesario implementar más el servicio brindado?		
	Nivel de satisfacción	¿Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto?		

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

2.4.1. Técnicas para la recolección de datos.

Se utilizaron las siguientes:

a) Técnica del Fichaje: Permitió que se colecten datos teóricos y prácticos en las diversas fuentes de información, relacionados con las variables materia de investigación, lo que permitió completar la información exigida y que guarda relación con los antecedentes (trabajos previos), teorías afines al tema (marco teórico) y arribar así a las conclusiones y recomendaciones.

b) Técnica de la encuesta: Se utilizó en el recojo de información y apreciaciones de los usuarios de la DEMUNA-MPSI, utilizándose un cuestionario dividido en dos partes con un total de 30 preguntas, de las cuales 20 preguntas tienden a conocer sobre la calidad que pudiera tener el servicio que ofrece dicha entidad pública y 10 preguntas, para determinar el nivel de satisfacción del usuario por el servicio recibido, conociendo así la relación que existe entre las variables estudiadas y de sus dimensiones.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

Se utilizaron los siguientes:

a) Para el recojo de datos: Se recurrió al Cuestionario, con la Escala de calificación de Licker (ordinal), que permitió la aplicación de la encuesta a los usuarios de la DEMUNA-MPSI, a través de una lista de preguntas con sus respectivas escalas valorativas, logrando recogerse datos concernientes a las variables y las dimensiones de cada una de estas.

b) Para procesar los datos: Se utilizaron las técnicas estadísticas elementales (frecuencias porcentuales y el promedio porcentual) y el Programa Excel 2016 y sistema operativo SPSS V.26.

c) Para presentar los datos: Se utilizó la Representación Gráfica de los Resultados (RGR), los resultados obtenidos se presentan en Gráficas de Torta o de Pay (Circulares) y Gráficas de Barras.

d) Para analizar e interpretar los datos: Se usó porcentajes y el promedio porcentual.

e) Para contrastar e inferir los resultados: Se usó tablas de contingencia y figuras con referencia al promedio porcentual.

2.4.3. Validez.

La validez es el grado de control y posibilidad de generalización que tiene aquel que investiga sobre el problema que somete a estudio (Sánchez y Reyes, 2015); por ello, para validar el contenido de las encuestas, se recurrió al juicio de expertos, con trayectoria profesional en elaboración de instrumentos.

2.4.4. Confiabilidad.

Permite que, al momento de aplicarse el cuestionario a un mismo sujeto o grupo de sujetos, sin importar las veces ni el periodo de tiempo, se obtienen resultados semejantes (Hernández et al., 2014, 200).

Siendo así, la confiabilidad de las encuestas se determinó aplicando el coeficiente de Alpha de Cronbach, y su fórmula de ecuación siguiente:

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

Dónde:

K: El número de ítems

$\sum S_i^2$: Sumatoria de Varianzas de los Ítems

S_t^2 : Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alpha de Cronbach

Tabla 1.

Coeficiente del Alpha de Cronbach para determinar la confiabilidad

Rasgos	Alpha de Cronbach
Muy alta	0,81 a 1,00
Alta	0,61 a 0,80
Moderada	0,41 a 0,60
Baja	0,21 a 0,40
Muy Baja	0,01 a 0,20

Nota. Hernández et al. (2014).

El grado de confiabilidad es más alto si está más cerca de 1.

Tabla 2.

Prueba de confiabilidad de la variable: calidad de servicio

Estadística de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
,879	20

Nota. Sistema operativo SPSS v.26.

Conforme a lo advertido en la Tabla 2, luego de haberse realizado la prueba de fiabilidad del instrumento calidad de servicio, a 20 usuarios, el valor de Alfa de Cronbach obtenido fue de 0.879 ratificando la existencia de una alta confiabilidad.

Tabla 3.

Prueba de confiabilidad de la variable: satisfacción del usuario

Estadística de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
,785	10

Nota. Sistema operativo SPSS v.26.

Conforme a lo advertido en la Tabla 3, luego de haberse realizado la prueba de fiabilidad del instrumento satisfacción del usuario, a 20 usuarios, el valor de alfa de Cronbach obtenido fue de 0.785 ratificando la existencia de una alta confiabilidad.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

El método de análisis empleado fue el análisis nominal, pues se utilizaron tablas de contingencia, en las cuales se mostraron la distribución de los resultados que arrojan las encuestas y se representaron por cada ítem, los cuales fueron distribuidos en gráficas. Los datos se analizaron usando el programa estadístico SPSS v.26, los Programas Word, Excel y Power Point, que permitieron obtener tablas y figuras estadísticas. También se usó mediciones para estadística descriptiva que posteriormente se interpretaron en la discusión de los resultados y permitieron arribar a las conclusiones; y para medir la correlación se empleó el Rho de Spearman para encontrar el nivel de significancia.

2.6. Criterios éticos

En el presente trabajo se tomaron en cuenta como criterios éticos los siguientes (Noreña-Peña et al., 2012):

a) Consentimiento informado: La presente investigación se sustentó en la participación voluntaria de aquellas personas a quienes la DEMUNA-MPSI les brinda su servicio, a quienes se les indicó el objetivo del trabajo para luego responder el cuestionario.

b) Confidencialidad: Se les informó a los encuestados sobre la seguridad y protección de su identidad, haciéndoles hincapié de que se tratan de informadores valiosos para lograr los resultados de esta investigación.

c) Observación participante: Procediendo de manera prudente y responsable durante la etapa de acopio de datos, actuando con ética para todos los efectos y consecuencias que surgieron de la interacción realizada con los encuestados.

d) Condiciones de diálogo auténtico: Este criterio se aplica al momento de aplicar la encuesta, así como al momento de citar las bibliografías, las referencias en los antecedentes, los trabajos previos y teorías que sustentan las variables y dimensiones de la investigación, donde se procura en lo absoluto respetar la autoría; igualmente, se cumple rigurosamente las normas APA y aquellas emitidas por la Universidad, que se han establecido para los trabajos investigativos que guardan relación con la carrera profesional de administración.

2.7. Criterios de Rigor Científico

Se aplicaron los siguientes criterios (Noreña-Peña et al., 2012):

a) Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad: Porque los resultados obtenidos son coherentes y verdaderos, ya que se realizaron en la misma institución de aplicación del estudio. Para ello, se solicitó autorización al Jefe de la Oficina de la DEMUNA-MPSI. Se utilizó en la interpretación de los resultados, ya que nuestra fuente de información fue cierta y conocida, determinándose que los resultados conseguidos del análisis y evaluación de variables observadas y

estudiadas sean reconocidos como verdaderos por los encuestados, observando las variables dentro de su mismo contexto.

b) Consistencia para la replicabilidad: Mediante la triangulación de la información (datos, investigador y teorías). El cuestionario aplicado para recoger la información fue aprobado por evaluadores externos (juicio de expertos) quienes autentificaron la pertinencia y relevancia del estudio, por tratarse de datos derivados de fuentes primarias. Se ha detallado el vínculo del método de recojo de datos, que luego fue analizada e interpretada.

c) Transferibilidad y aplicabilidad: Los resultados conseguidos contribuyeron a la generación de información valiosa que permitió conocer aún más sobre la significancia de las dos variables estudiadas a través de la transferibilidad. Se ha detallado el procedimiento seguido desde durante la ejecución de la investigación, el cual incluye también a los encuestados. En tanto que la recogida de datos se efectuó a través del muestreo teórico, para ello se hizo una codificación que luego fue analizada. Finalmente, se procedió al recojo de datos, mediante la encuesta, la documentación y la observación, procurando que esta sea suficiente, relevante y apropiada.

d) Confirmabilidad y neutralidad: Se puede afirmar que los resultados hallados de lo investigado si tienen veracidad y consistencia, pues la información fue recabada sin ningún tipo de parcialización, habiendo existido un margen de distancia entre el investigador y la fuente de información, con el propósito de que los resultados no sean productos de la manipulación que responda a los intereses personales. Es veraz porque se contrastó los resultados con fuente literaria que existe, al igual que con otros trabajos de investigación realizadas en la órbita internacional, nacional, regional y local, con una antigüedad de 7 años y que tienen semejanzas con las variables, determinándose que el presente estudio puede repetirse y reportarse los mismos o similares resultados con otras investigaciones.

e) Relevancia: Se afirma que los resultados son relevantes para nuestra localidad, porque siempre se realizó la investigación con el objeto de poder lograr los objetivos trazados, que permitan estudiar mejor las variables y poder comprenderlas ampliamente.

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

Para analizar e interpretar la información recabada con la aplicación de las encuestas aplicadas a la muestra que la conformó 160 personas que hacen uso del servicio brindado por la DEMUNA-MPSI, se procede a presentar tablas y figuras.

3.1.1. Determinación del objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

Para ello, se planteó las siguientes hipótesis estadísticas:

Hi: Si existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA en la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

Ho: No existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA en la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

Tabla 4.

Nivel de correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario

			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1.000	.853**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Satisfacción del usuario	N	160	160
		Coeficiente de correlación	.853**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	160	160

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

Nota. Sistema operativo SPSS v.26.

La Tabla 5, muestra el grado de correlación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA-SAN IGNACIO, determinándose, mediante la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman, que existe una correlación directa, positiva y significativamente alta ($Rho = 0,853$) entre ambas

variables, en ese sentido, a mayor calidad del servicio que se preste, mayor será la satisfacción del usuario. Asimismo, el nivel de significancia ($p = 0,000$) es menor a 0,05, quedando demostrado que nuestra Hipótesis Verdadera de investigación, “Hi”, es cierta y válida; rechazándose categóricamente la Hipótesis Nula: “Ho”.

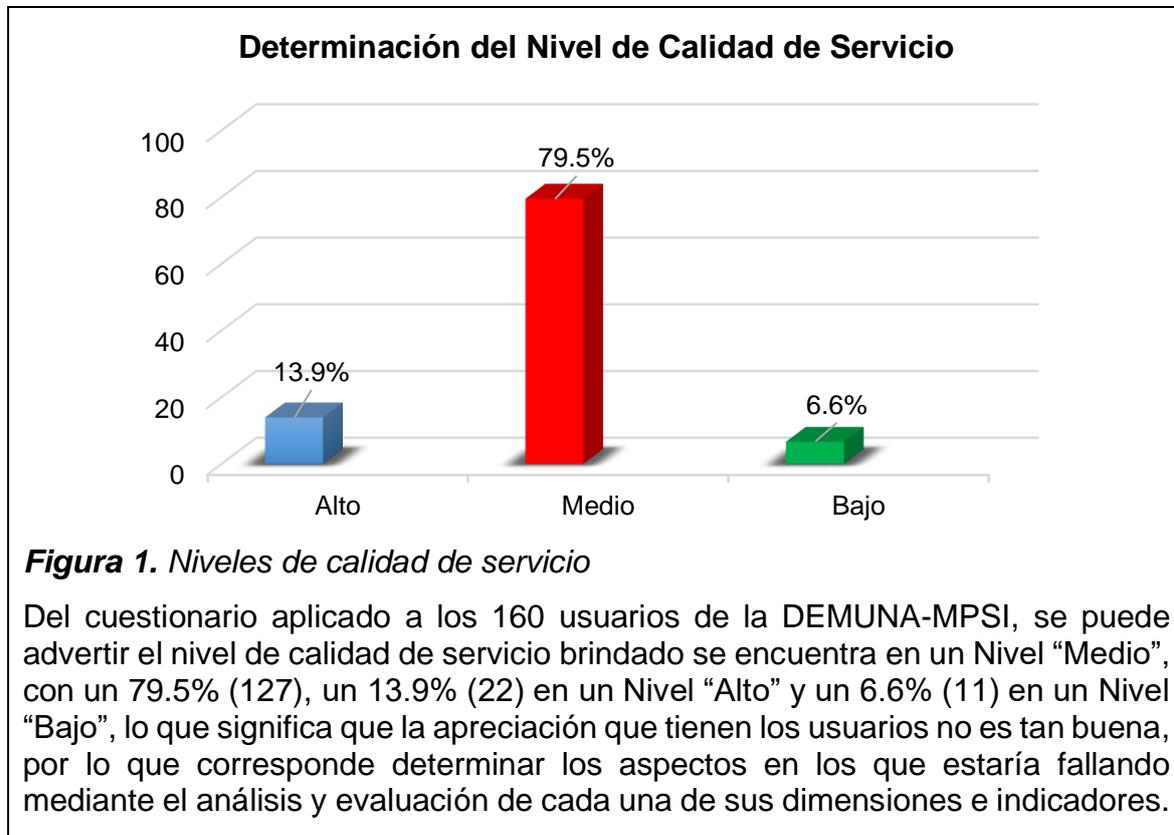
3.1.2. Determinación del primer objetivo específico: Determinar el nivel de calidad de servicio que se les ofrece a los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

Tabla 5.

Determinación del nivel de calidad de servicio

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	22	13.9	13.9	13.9
Medio	127	79.5	79.5	93.4
Bajo	11	6.6	6.6	100.0
Total	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 5.

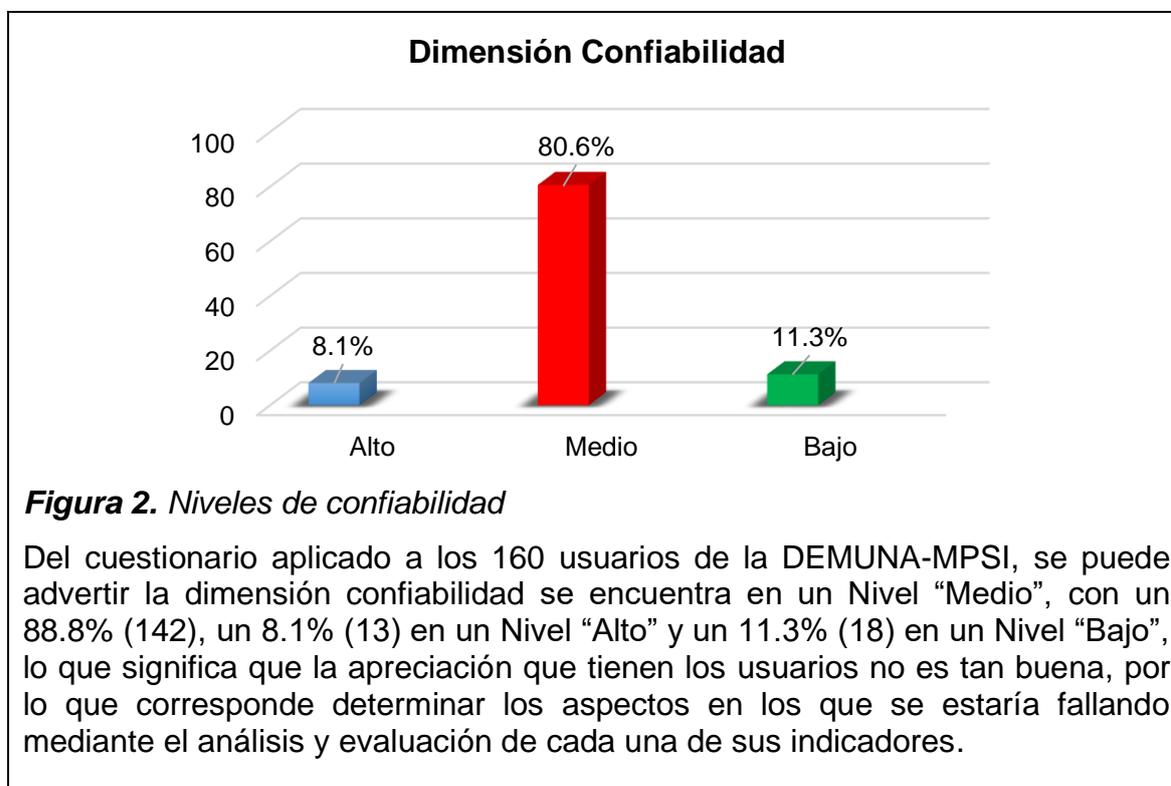
Dimensión 1: Confiabilidad

Tabla 6.

Análisis e interpretación de la dimensión “Confiabilidad” en relación con sus indicadores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	13	8.1	8.1	8.1
Medio	129	80.6	80.6	88.7
Bajo	18	11.3	11.3	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



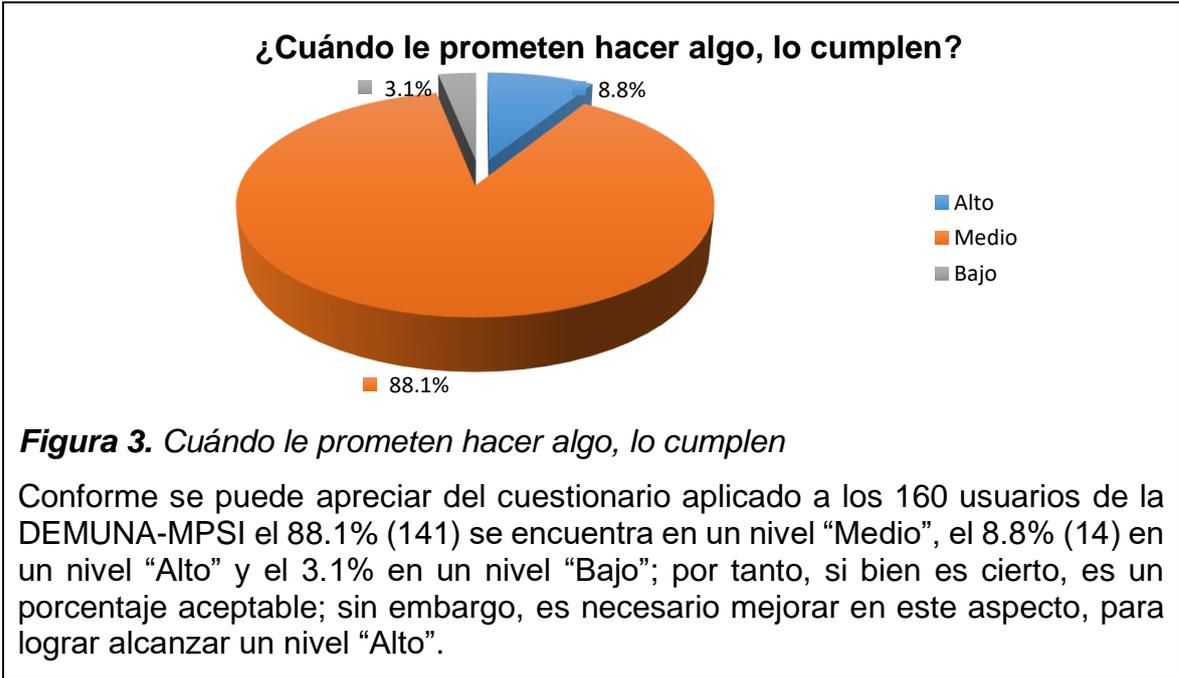
Nota. Datos obtenidos de la Tabla 6.

Tabla 7.

Cuándo le prometen hacer algo, lo cumplen

Dimensión: Confiabilidad (promesa)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	14	8.8	8.8	8.8
Medio	141	88.1	88.1	96.9
Bajo	5	3.1	3.1	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



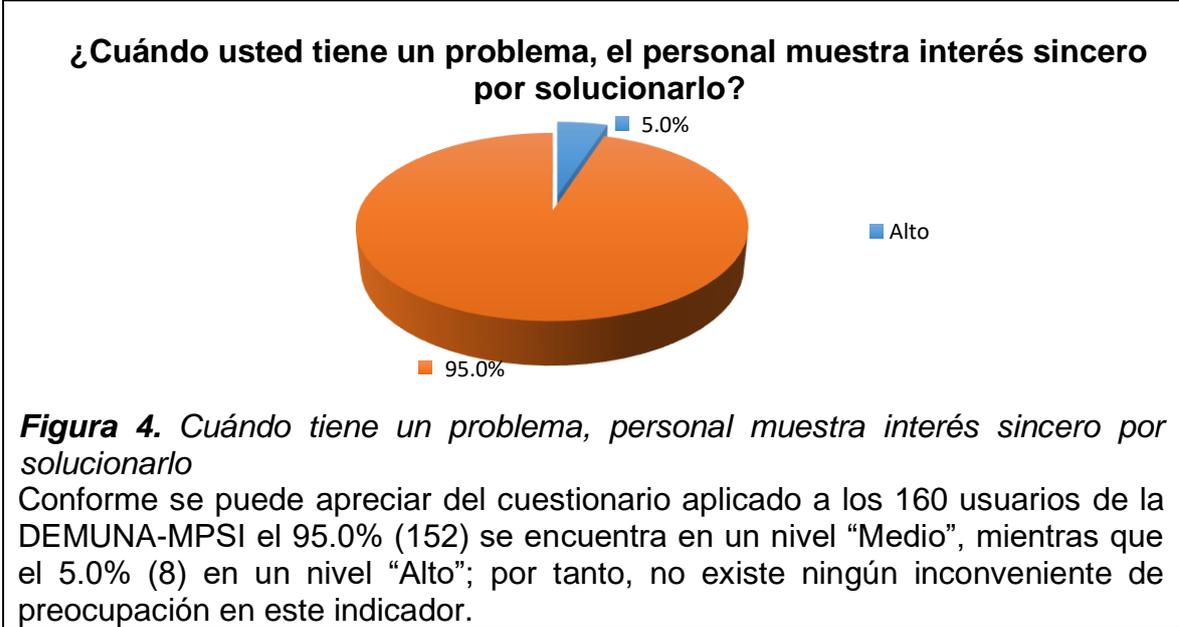
Nota. Datos obtenidos de la Tabla 7.

Tabla 8.

Cuándo tiene un problema, el personal muestra interés sincero por solucionarlo

Dimensión: Confiabilidad (solución)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	8	5.0	5.0	5.0
Medio	152	95.0	95.0	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
T O T A L	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



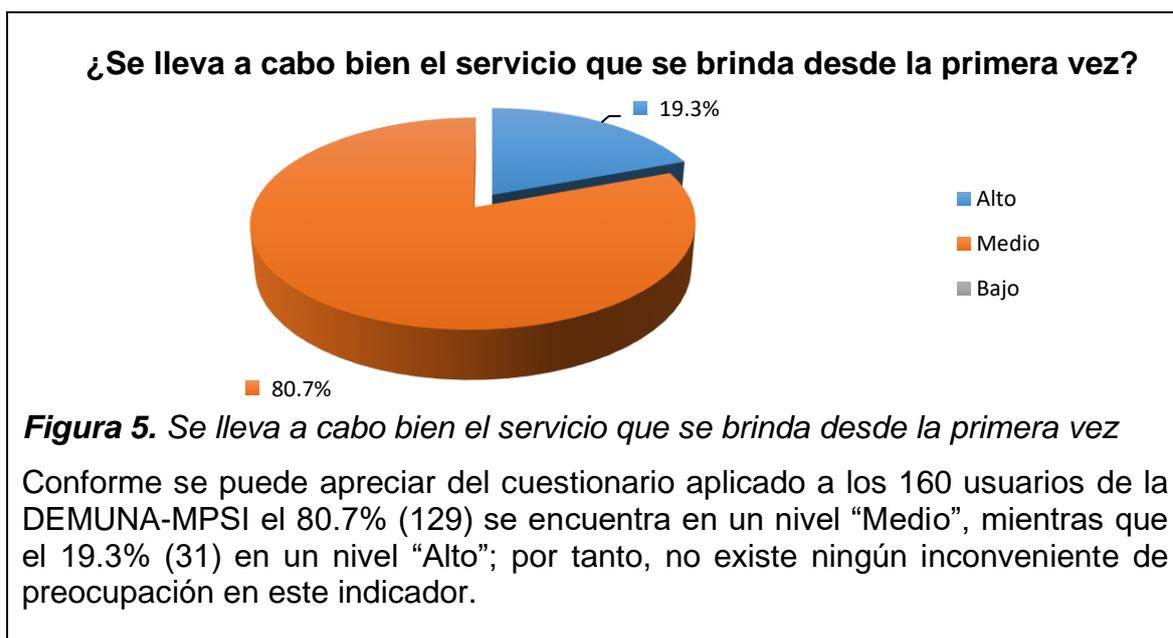
Nota. Datos obtenidos de la Tabla 8.

Tabla 9.

Se lleva a cabo bien el servicio que se brinda desde la primera vez

Dimensión: Confiabilidad (habitualidad)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	31	19.3	19.3	19.3
Medio	129	80.7	80.7	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
T O T A L	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



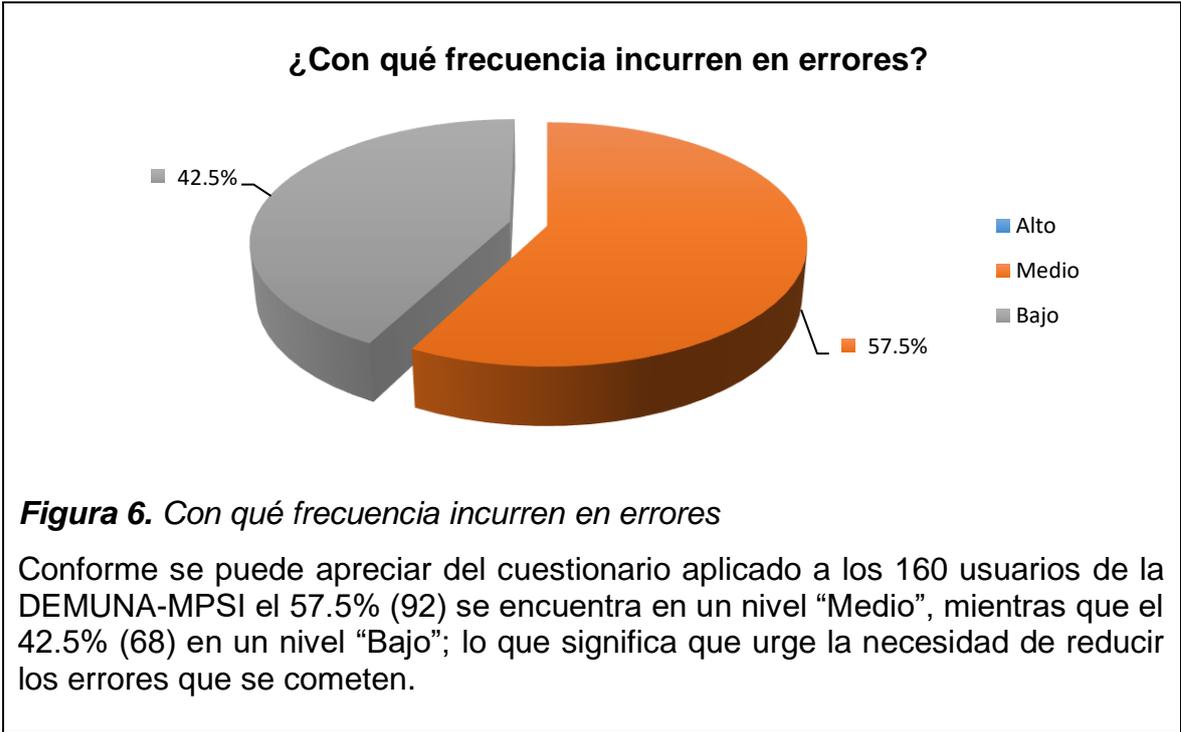
Nota. Datos obtenidos de la Tabla 9.

Tabla 10.

Con qué frecuencia incurren en errores

Dimensión: Confiabilidad (errores)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	0	0.0	0.0	0.0
Medio	92	57.5	57.5	57.5
Bajo	68	42.5	42.5	100.0
T O T A L	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

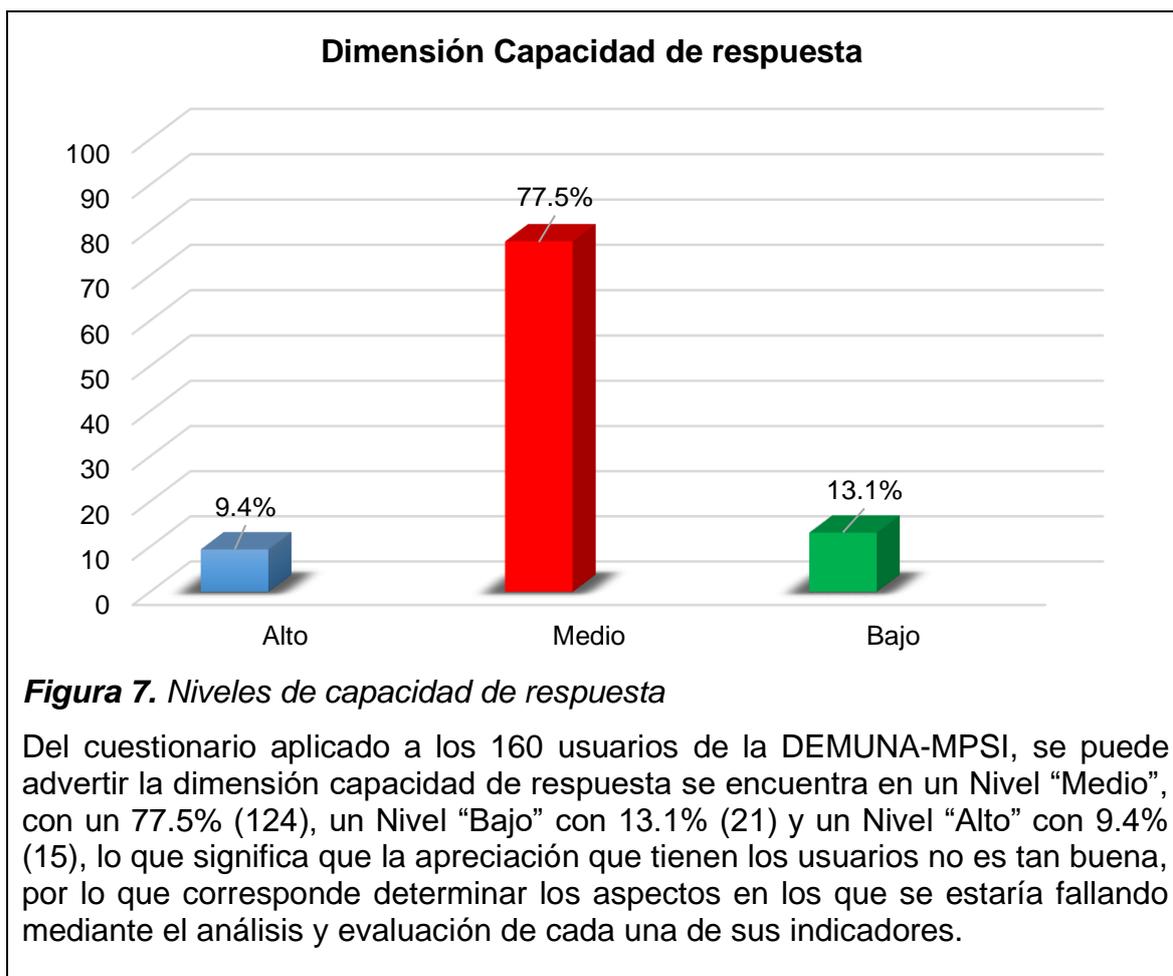
Dimensión 2: Capacidad de respuesta

Tabla 11.

Análisis e interpretación de la dimensión “Capacidad de respuesta” en relación con sus indicadores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	15	9.4	9.4	9.4
Medio	124	77.5	77.5	86.9
Bajo	21	13.1	13.1	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 11.

Tabla 12.

Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado

Dimensión: Capacidad de Respuesta (puntualidad)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	8	5.0	5.0	5.0
Medio	115	71.9	71.9	76.9
Bajo	37	23.1	23.1	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado?

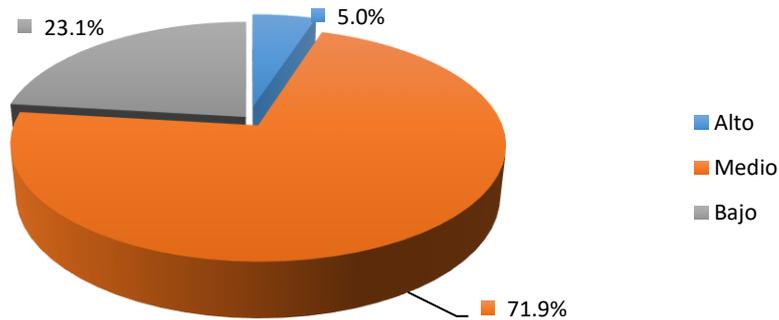


Figura 8. Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 71.9% (115) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 23.1% (37) en un nivel “Bajo” y el 5.0% (8) en un nivel “Alto”; lo que significa que es una deficiencia que debe mejorarse.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 12.

Tabla 13.

El servicio brindado es rápido

Dimensión: Capacidad de Respuesta (rapidez)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	0	0.0	0.0	0.0
Medio	121	75.6	75.6	75.6
Bajo	39	24.4	24.4	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿El servicio brindado es rápido?

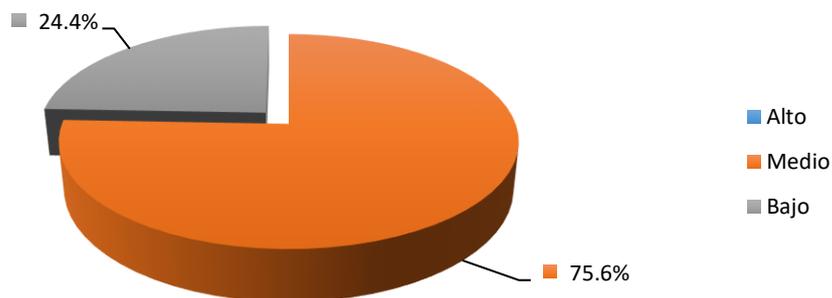


Figura 9. Rapidez del servicio brindado

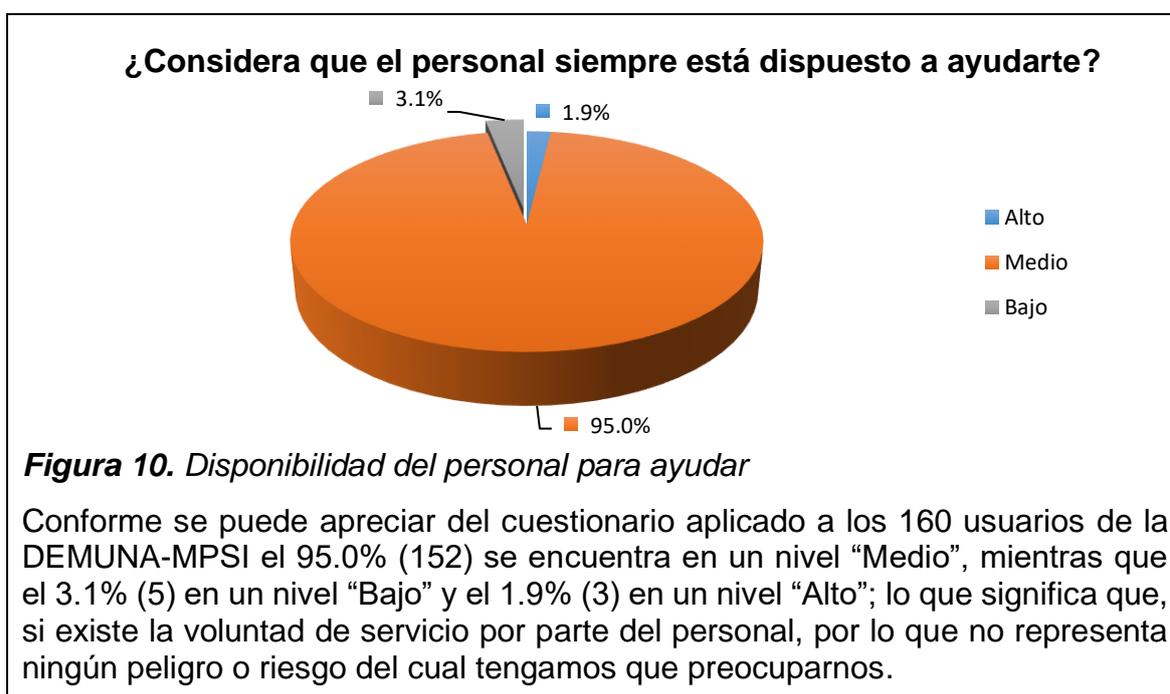
Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 75.6% (121) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 24.4% (39) en un nivel “Bajo”; lo que significa que es una deficiencia que debe mejorarse.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 13.

Tabla 14.*Considera que el personal siempre está dispuesto a ayudarte*

Dimensión: Capacidad de Respuesta (ayuda)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	3	1.9	1.9	1.9
Medio	152	95.0	95.0	96.9
Bajo	5	3.1	3.1	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 14.

Tabla 15.*Considera que el personal tiene tiempo suficiente para responder a preguntas*

Dimensión: Capacidad de Respuesta (tiempo)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	0	0.0	0.0	0.0
Medio	141	88.1	88.1	88.1
Bajo	9	11.9	11.9	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Considera que el personal tiene tiempo suficiente para responder sus preguntas?

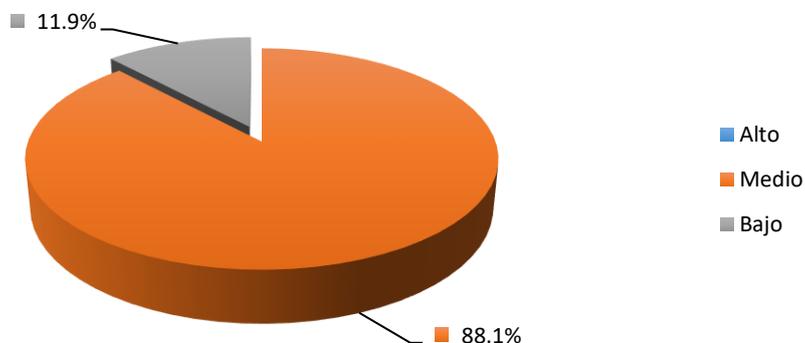


Figura 11. Disponibilidad del personal para responder preguntas

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 88.1% (141) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 11.9% (9) en un nivel “Bajo”; lo que significa que, urge la necesidad de dar solución en este aspecto, por cuanto el tiempo de atención deben ser más prolongadas, de manera tal que se le pueda explicar mejor a los usuarios, respecto a las diversas interrogantes que pudieran tener los usuarios.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 15.

Dimensión 3: Seguridad

Tabla 16.

Análisis e interpretación de la dimensión “Seguridad” en relación con sus indicadores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	64	40.0	40.0	100.0
Medio	96	60.0	60.0	60.0
Bajo	0	0.0	10.0	0.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

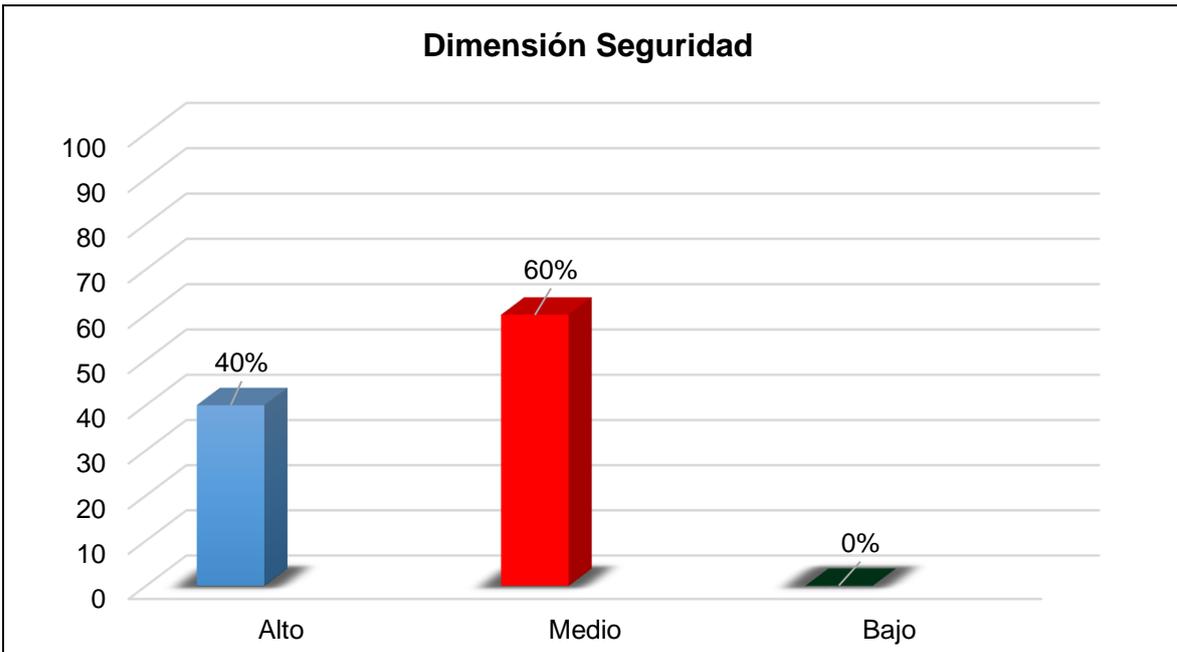


Figura 12. Niveles de Seguridad

Del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI, se puede advertir la dimensión seguridad se encuentra en un Nivel “Medio”, con un 60.0% (96) y un 40.0% (64) en un Nivel “Alto”, lo que significa que la apreciación que tienen los usuarios es buena, no obstante, corresponde determinar si existen algunos aspectos en los que estaría fallando mediante el análisis y evaluación de cada una de sus indicadores.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 16.

Tabla 17.

El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza

Dimensión: Seguridad (confianza)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	58	36.2	36.2	36.2
Medio	102	63.8	63.8	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza?

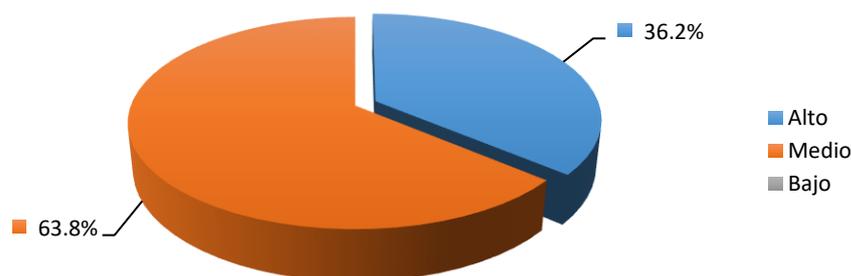


Figura 13. El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 63.8% (102) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 36.2% (58) en un nivel “Alto”; lo que significa que, en este aspecto, no existe ningún problema por solucionar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 17.

Tabla 18.

Se siente seguro con los trámites que realiza

Dimensión: Seguridad (seguro)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	38	23.8	23.8	23.8
Medio	122	76.2	76.2	100.0
Bajo	0	0	0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Se siente seguro con los trámites que realiza?

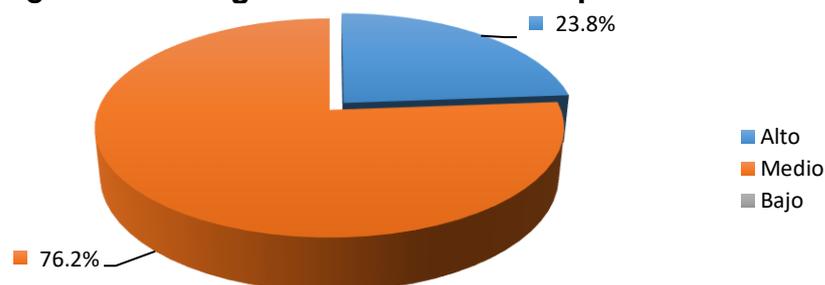


Figura 14. Seguridad para realizar trámites

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 76.2% (122) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 23.8% (38) en un nivel “Alto”; lo que significa que, en este aspecto, no existe ningún problema por solucionar.

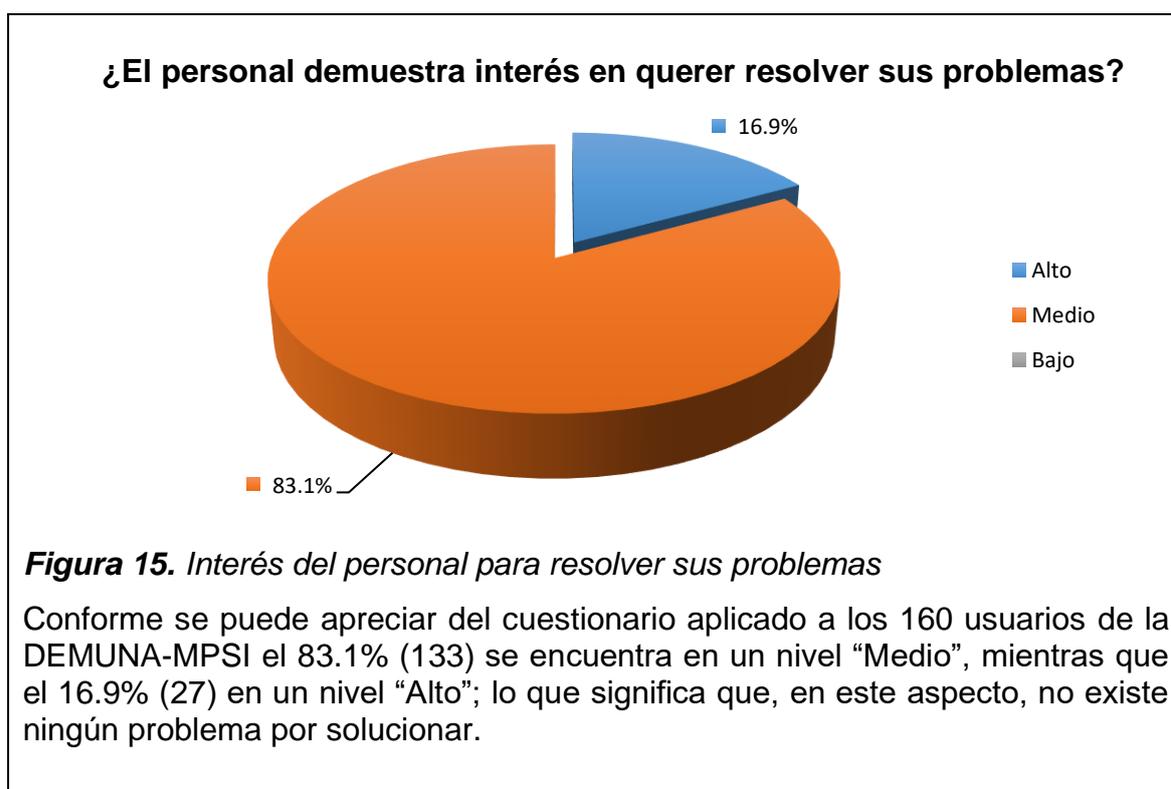
Nota. Datos obtenidos de la Tabla 18.

Tabla 19.

El personal demuestra interés en querer resolver sus problemas

Dimensión: Seguridad (interés)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	27	16.9	16.9	16.9
Medio	133	83.1	83.1	100.0
Bajo	0	0	0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 19.

Tabla 20.

El personal dispone de conocimientos suficientes para responder a preguntas

Dimensión: Seguridad (conocimiento)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	102	63.8	63.8	63.8
Medio	58	36.2	36.2	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿El personal dispone de conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?

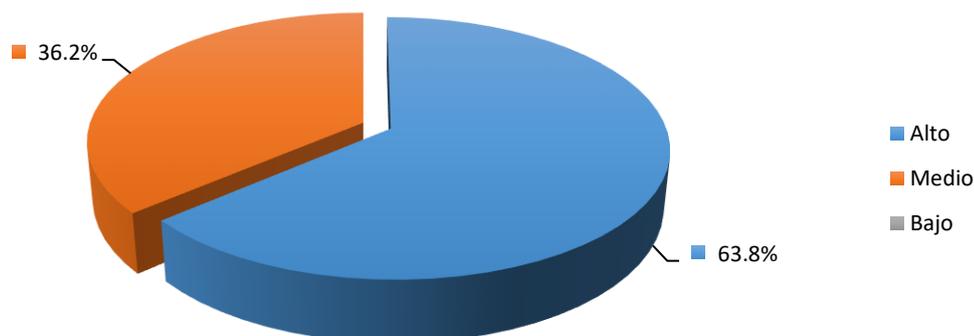


Figura 16. Conocimientos suficientes de personal para responder preguntas

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 63.8% (102) se encuentra en un nivel “Alto”, mientras que el 36.2% (58) en un nivel “Medio”; lo que significa que, en este aspecto, no existe ningún problema por solucionar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 20.

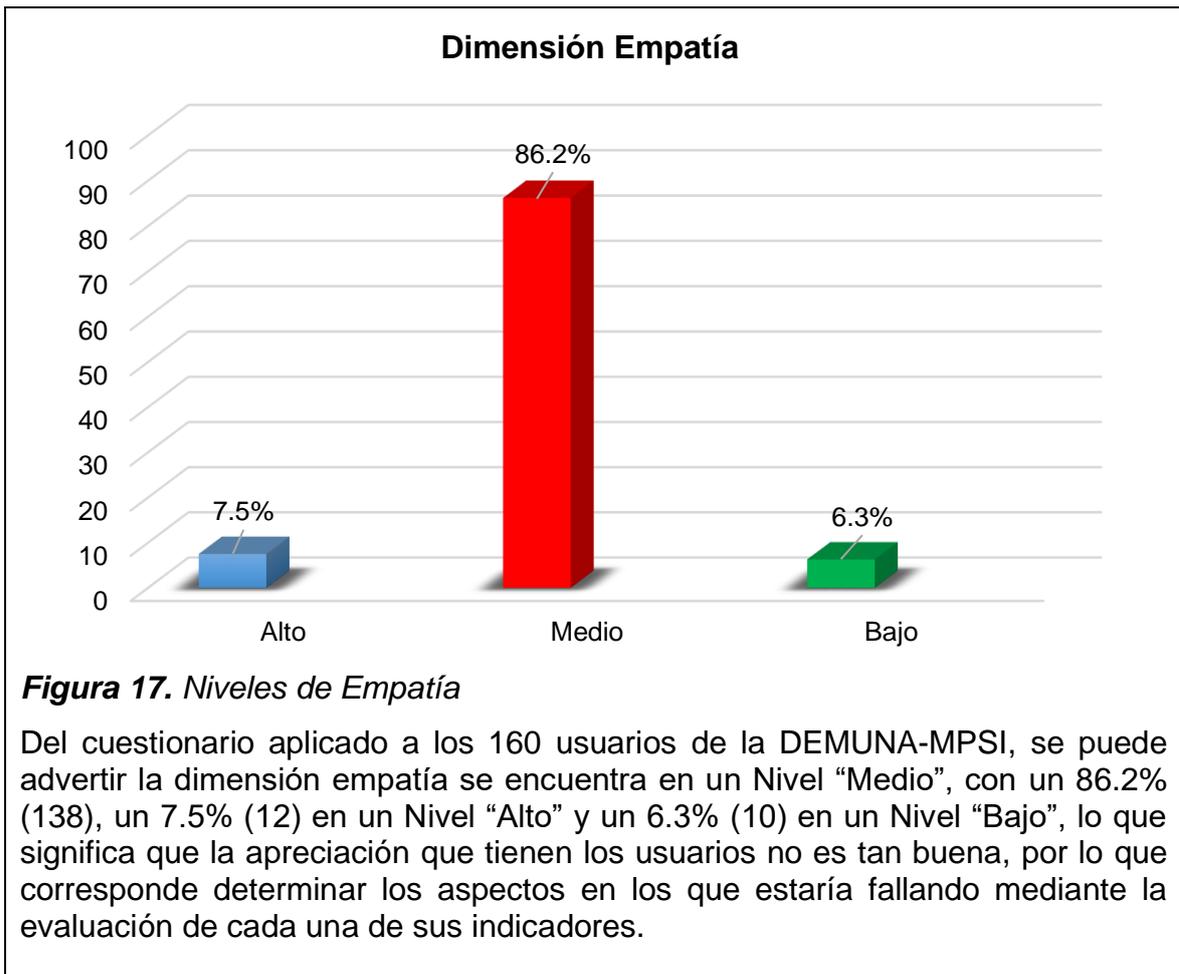
Dimensión 4: Empatía

Tabla 21.

Análisis e interpretación de la dimensión “Empatía” en relación con sus indicadores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	10	6.3	6.3	6.3
Medio	138	86.2	86.2	92.5
Bajo	12	7.5	7.5	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 21.

Tabla 22.

Se le ofrece una atención oportuna y eficiente

Dimensión: Empatía (propuesta)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	10	6.2	6.2	6.2
Medio	150	93.8	93.8	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Se le ofrece una atención oportuna y eficiente?

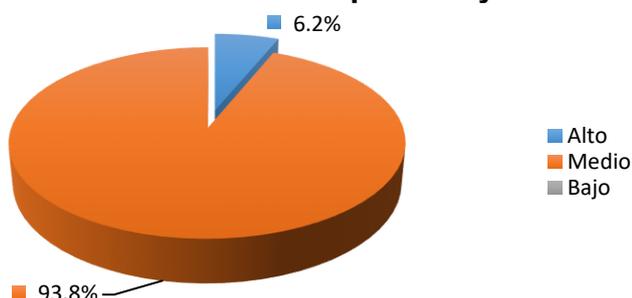


Figura 18. Se le ofrece una atención oportuna y eficiente

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 93.8% (150) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 6.2% (10) en un nivel “Alto”; lo que significa que, en este aspecto, no existe ningún problema por solucionar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 22.

Tabla 23.

Horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios

Dimensión: Empatía (horario)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	9	1.8	1.8	1.8
Medio	98	61.3	61.3	63.1
Bajo	59	36.9	36.9	100.00
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Existen horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?

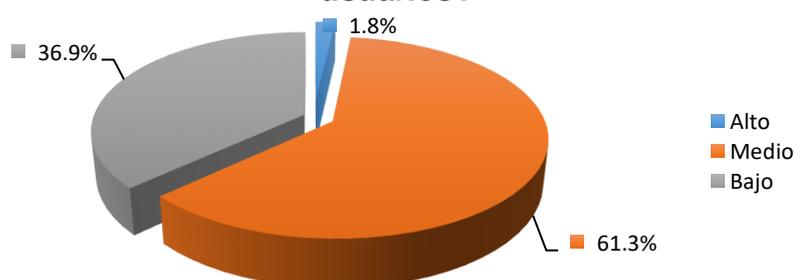


Figura 19. Horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 61.3% (98) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 36.9% (59) en un nivel “Bajo” y el 1.8% (9) en el nivel “Alto”; lo que significa que el horario de apertura y atención es un problema que debe mejorarse para brindar un mejor servicio, por no ser el adecuado para los usuarios.

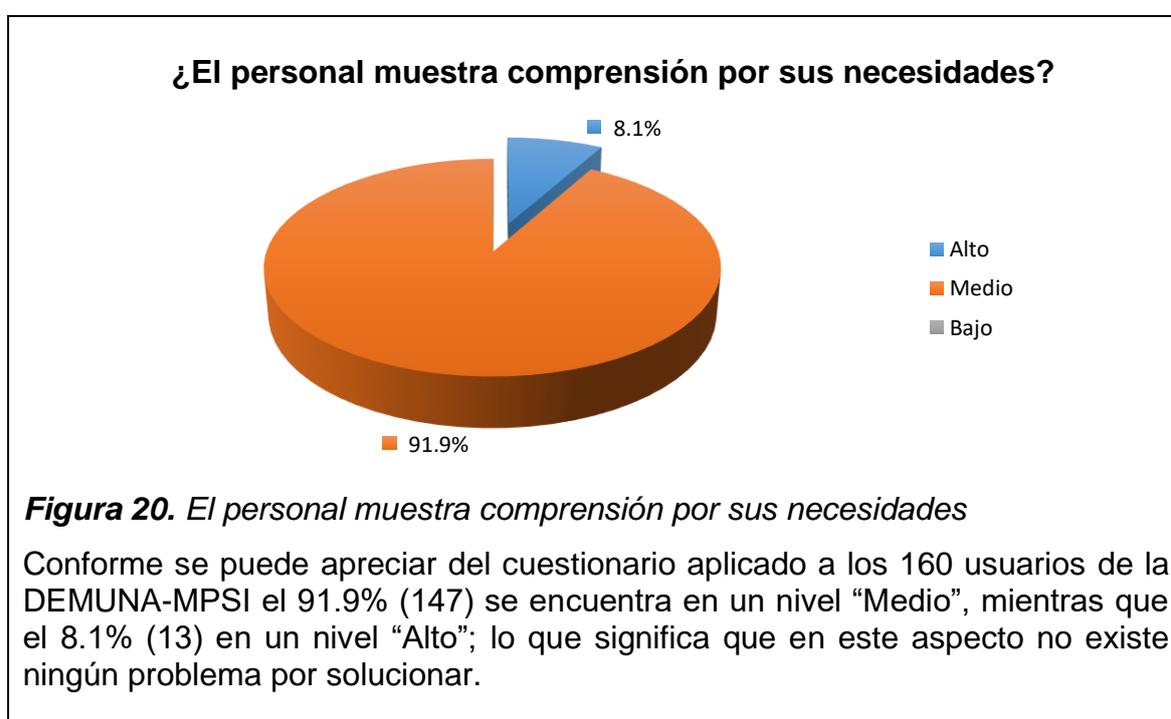
Nota. Datos obtenidos de la Tabla 23.

Tabla 24.

El personal muestra comprensión por sus necesidades

Dimensión: Empatía (comprensión)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	13	8.1	8.1	8.1
Medio	147	91.9	91.9	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 24.

Tabla 25.

Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada

Dimensión: Empatía (atención)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	7	4.4	4.4	4.4
Medio	153	95.6	95.6	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada?

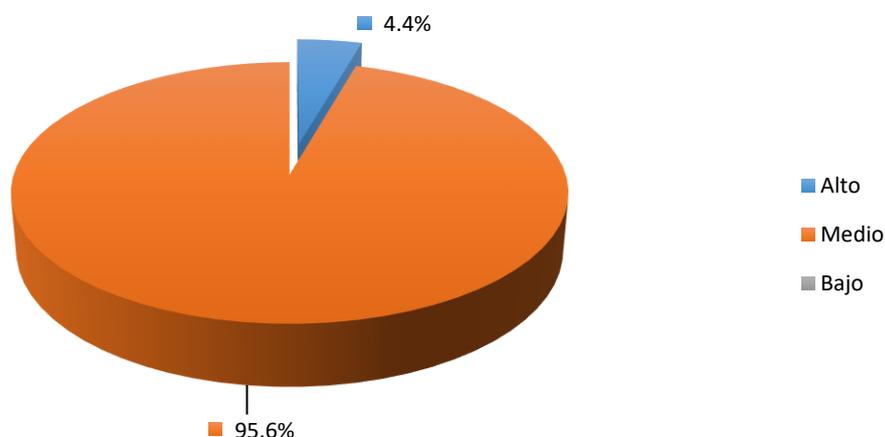


Figura 21. Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 95.6% (153) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 4.4% (7) en un nivel “Alto”; lo que significa que en este aspecto no existe ningún problema por solucionar.

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

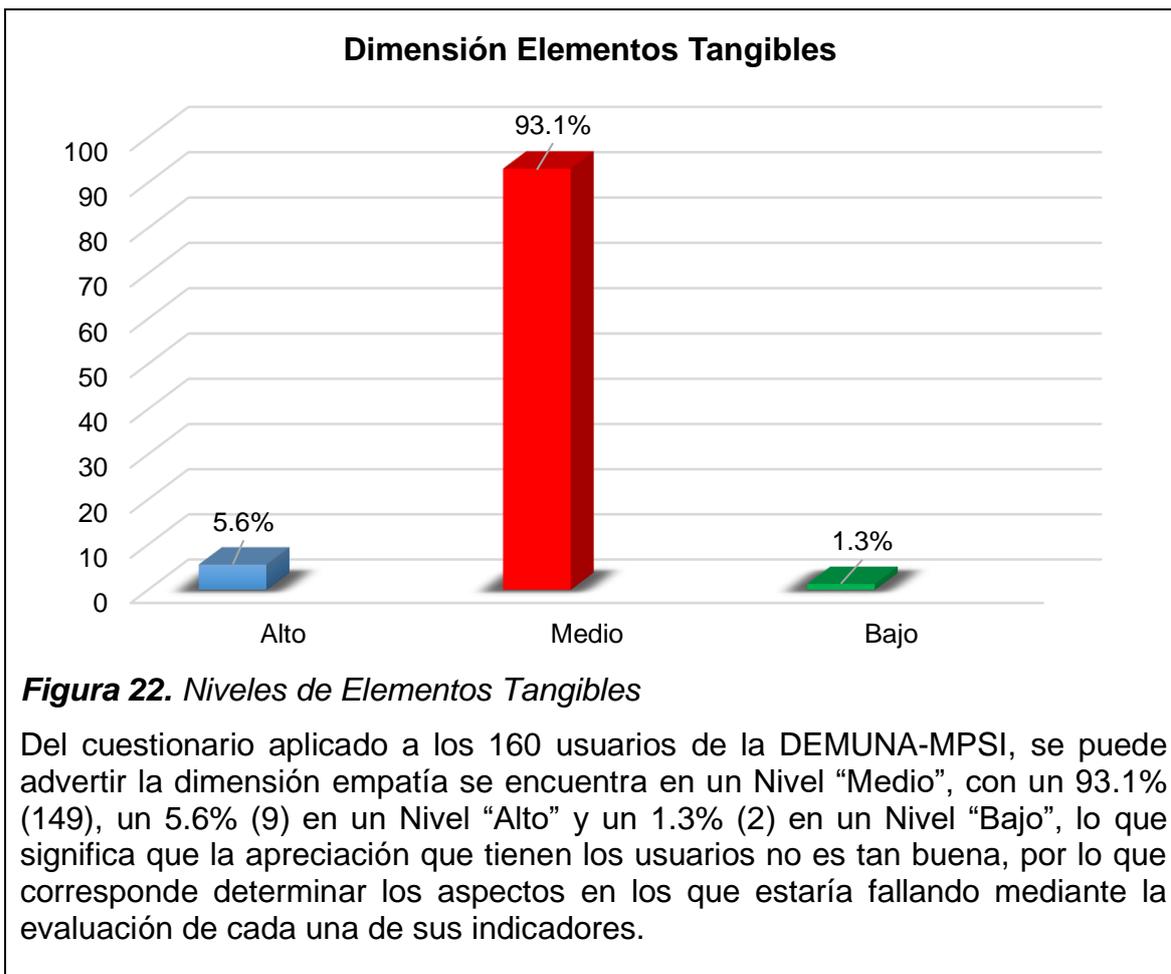
Dimensión 5: Elementos Tangibles

Tabla 26.

Análisis e interpretación de la dimensión “Elementos Tangibles” en relación con sus indicadores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	1.3	1.3	1.3
Medio	149	93.1	93.1	94.4
Alto	9	5.6	5.6	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 26.

Tabla 27.

La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno

Dimensión: Elementos tangibles (equipos)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	11	6.9	6.9	6.9
Medio	149	93.1	93.1	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno?

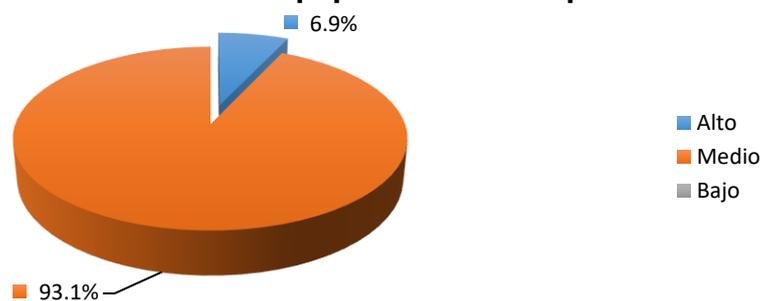


Figura 23. La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 93.1% (149) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 6.9% (11) en un nivel “Alto”; lo que significa que en este aspecto no existe ningún problema por solucionar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 27.

Tabla 28.

Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas

Dimensión: Elementos tangibles (instalaciones físicas)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	10	6.2	6.2	6.2
Medio	150	93.8	93.8	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas?

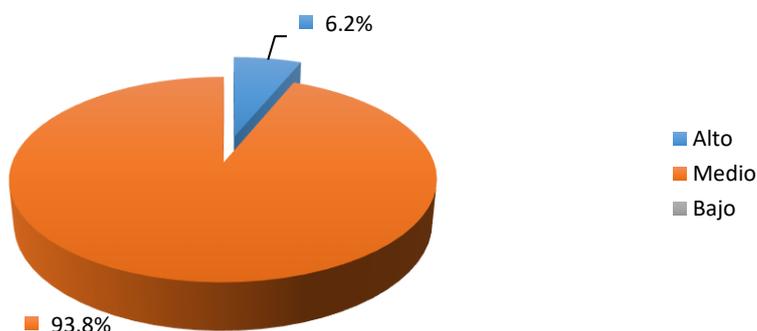


Figura 24. Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 93.8% (150) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 6.2% (10) en un nivel “Alto”; lo que significa que en este aspecto no existe ningún problema por solucionar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 28.

Tabla 29.*La Oficina presenta una apariencia limpia*

Dimensión: Elementos tangibles (apariencia)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	8	5.0	5.0	5.0
Medio	152	95.0	95.0	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 29.

Tabla 30.*Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes*

Dimensión: Elementos tangibles (materiales)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	2	1.2	1.2	1.2
Medio	150	93.8	93.8	95.0
Bajo	8	5.0	5.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes?

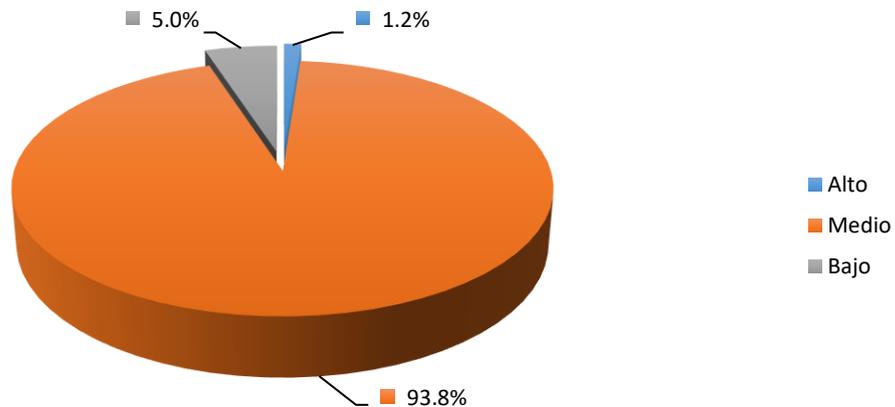


Figura 26. Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 93.8% (150) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 5.0% (8) en un nivel “Bajo” y el 1.2% (2) en un nivel “Alto”; lo que significa que en este aspecto no existe ningún problema por solucionar; lo que significa que hay que mejorar, ya que muchas veces por falta de material logístico es que las labores de oficina se paralizan o se retardan.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 31.

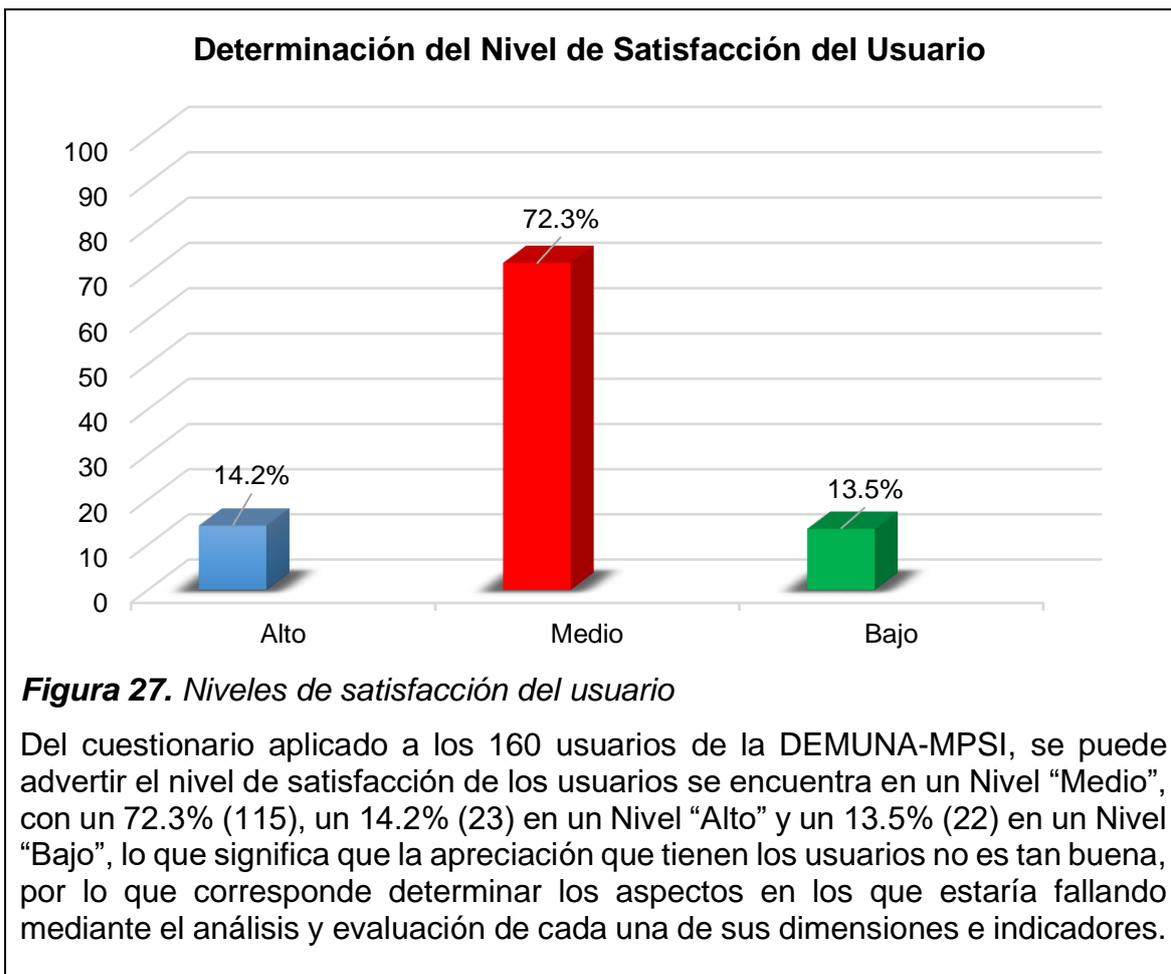
3.1.3. Determinación del segundo objetivo específico: Determinar el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

Tabla 31.

Determinación del nivel de satisfacción del usuario

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	23	14.2	14.2	14.2
Medio	115	72.3	72.3	86.5
Bajo	22	13.5	13.5	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 31.

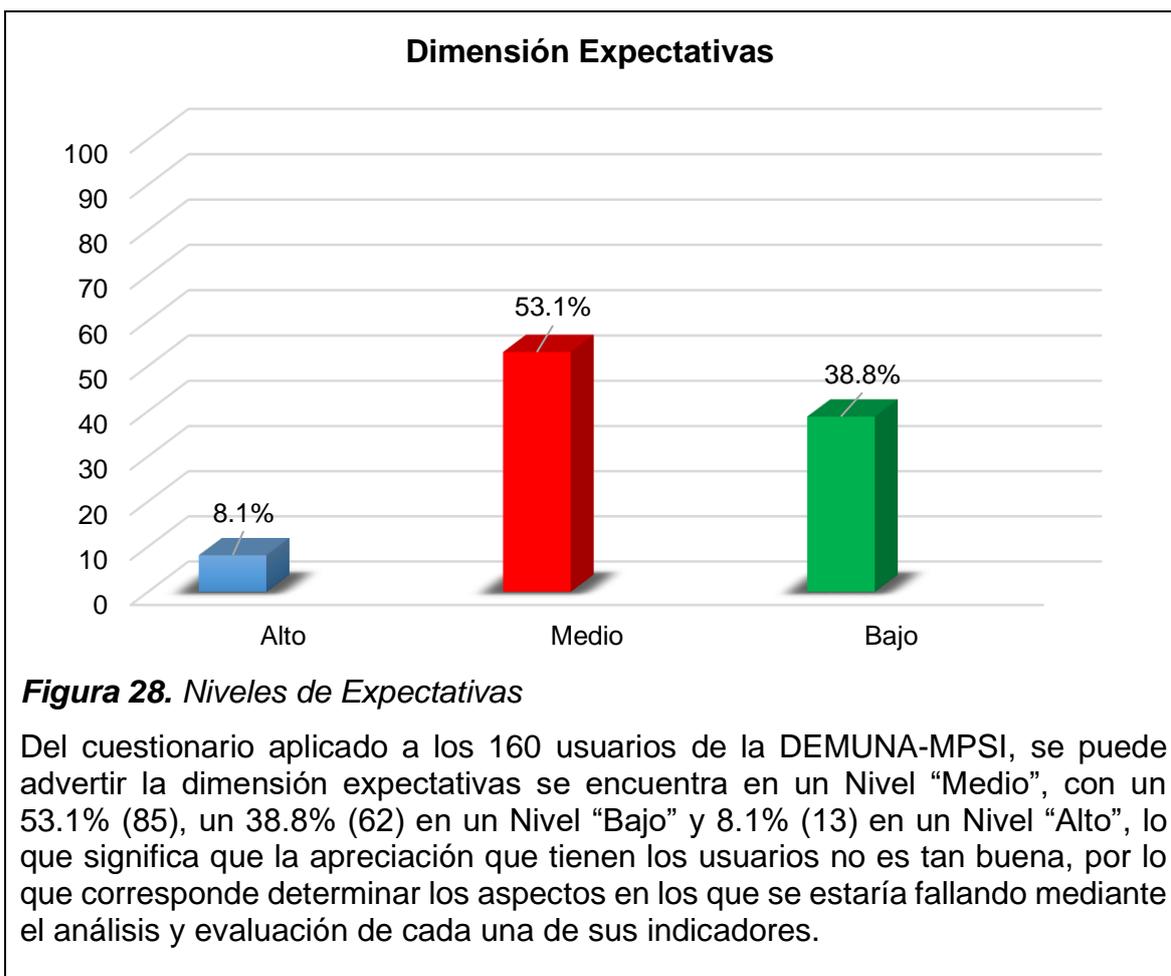
Dimensión 1: Expectativas

Tabla 32.

Análisis e interpretación de la dimensión “Expectativas” en relación con sus indicadores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	13	8.1	8.1	8.1
Medio	85	53.1	53.1	61.2
Bajo	62	38.8	38.8	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 32.

Tabla 33.

El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo

Dimensión: Expectativas (horario)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	2	1.2	1.2	1.2
Medio	62	38.8	38.8	40.0
Bajo	96	60.0	60.0	100.00
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo?

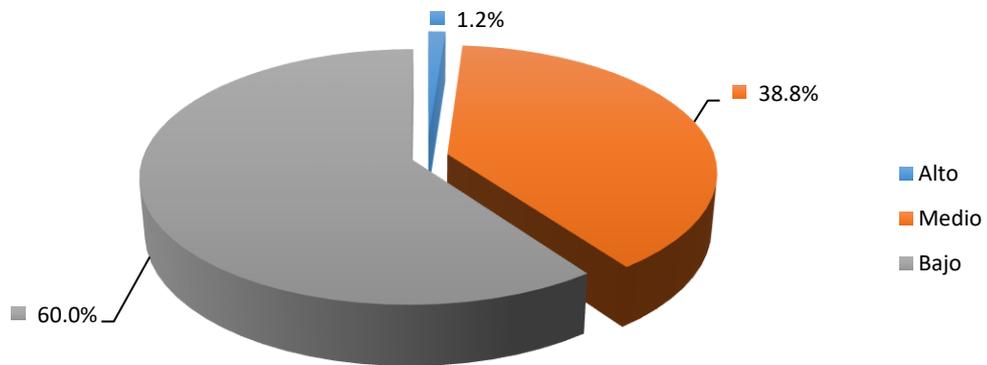


Figura 29. El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 60.0% (96) se encuentra en un nivel “Bajo”, mientras que el 38.8% (62) en un nivel “Medio” y el 1.2% (2) en un nivel “Alto”; lo que significa que los usuarios no están conformes con el horario establecido para la atención en la Oficina de la DEMUNA, lo que refleja ser un aspecto preocupante y donde necesariamente se tiene que mejorar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 33.

Tabla 34.

El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado

Dimensión: Expectativas (tiempo)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	3	1.9	1.9	1.9
Medio	101	63.1	63.1	65.0
Bajo	56	35.0	35.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado?

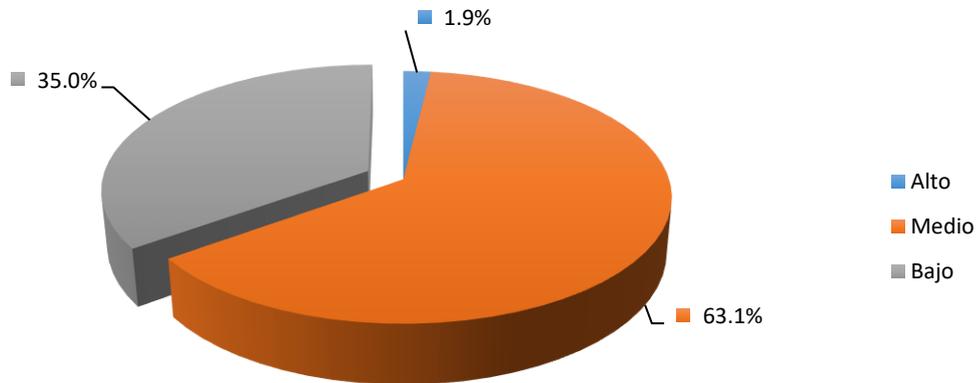


Figura 30. El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 63.1% (101) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 35.0% (56) en un nivel “Bajo” y el 1.9% (3) en un nivel “Alto”; lo que significa que los usuarios no están conformes con el tiempo de espera para ser atendidos en la Oficina de la DEMUNA, lo que refleja ser un aspecto preocupante y donde necesariamente se tiene que mejorar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 34.

Tabla 35.

El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente

Dimensión: Expectativas (atención)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	5	3.1	3.1	3.1
Medio	64	40.0	40.0	43.1
Bajo	91	56.9	56.9	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente?

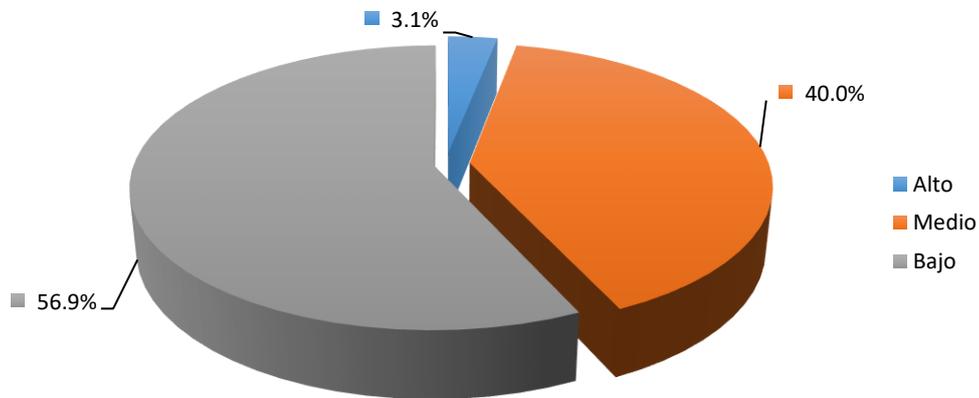


Figura 31. El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 56.9% (91) se encuentra en un nivel “Bajo”, mientras que el 40.0% (64) en un nivel “Medio” y el 3.1% (5) en un nivel “Alto”; lo que significa que los usuarios no están conformes con el tiempo que se toman para atender sus necesidades, lo que refleja ser un aspecto preocupante y donde necesariamente se tiene que mejorar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 35.

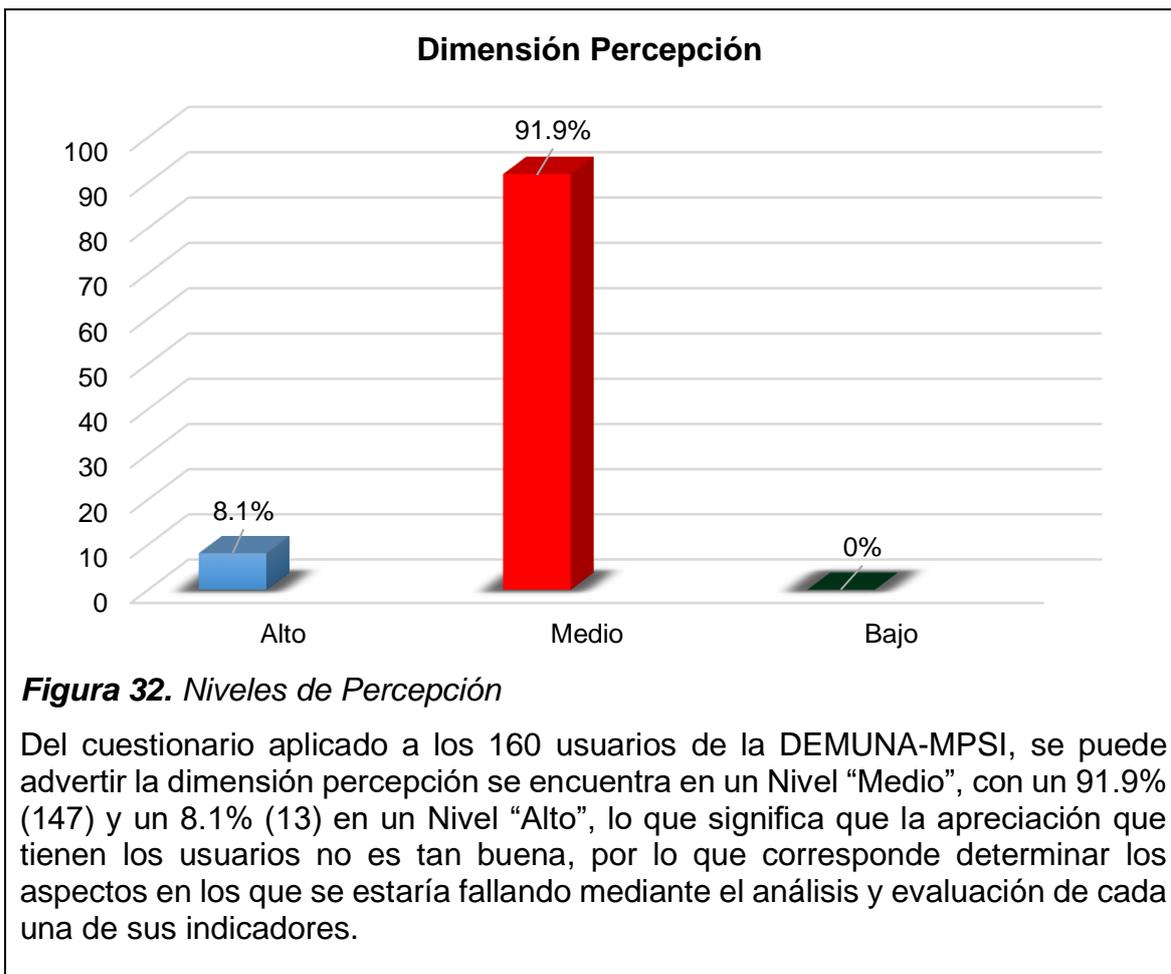
Dimensión 2: Percepción

Tabla 36.

Análisis e interpretación de la dimensión “Percepción” en relación con sus indicadores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	13	8.1	8.1	8.1
Medio	147	91.9	91.9	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 36.

Tabla 37.

El trato del trabajador es cordial y amable

Dimensión: Percepción (trato)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	27	16.9	16.9	16.9
Medio	133	83.1	83.1	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿El trato del trabajador es cordial y amable?

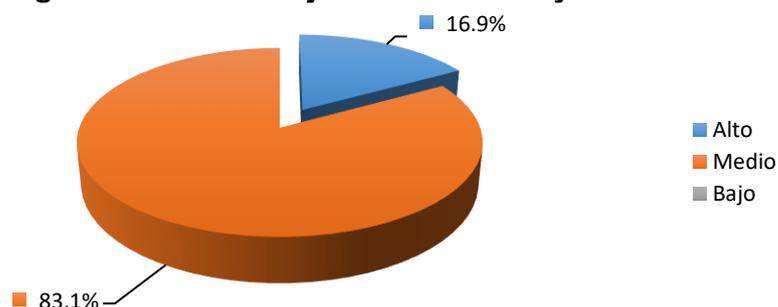


Figura 33. El trato del trabajador es cordial y amable

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 83.1% (133) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 16.9% (27) en un nivel “Alto”; lo que significa que los usuarios no están conformes con el tiempo que se toman para atender sus necesidades.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 37.

Tabla 38.

El servicio recibido es de calidad

Dimensión: Percepción (calidad)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	9	5.6	5.6	5.6
Medio	149	93.1	93.1	98.7
Bajo	2	1.3	1.3	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿El servicio recibido es de calidad?

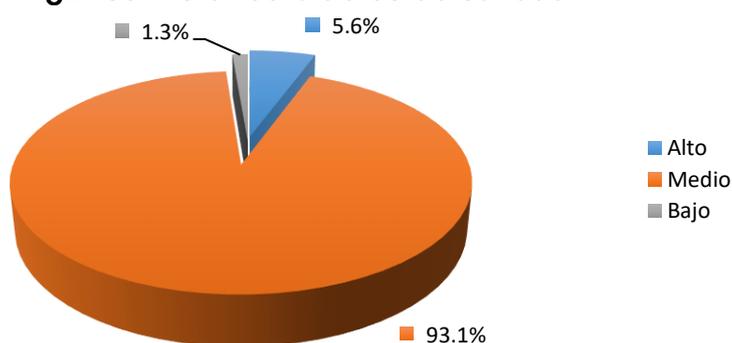


Figura 34. El servicio recibido es de calidad

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 93.1% (149) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 5.6% (9) en un nivel “Alto” y el 1.3% (2) en un nivel “Bajo”; lo que significa que los usuarios no están conformes con que el servicio recibido sea de calidad, por lo tanto, es necesario mejorar en dicho aspecto.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 38.

Tabla 39.

El servicio recibido cada vez va mejorando

Dimensión: Percepción (mejora)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	3	1.9	1.9	1.9
Medio	114	71.2	71.2	73.1
Bajo	43	26.9	26.9	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

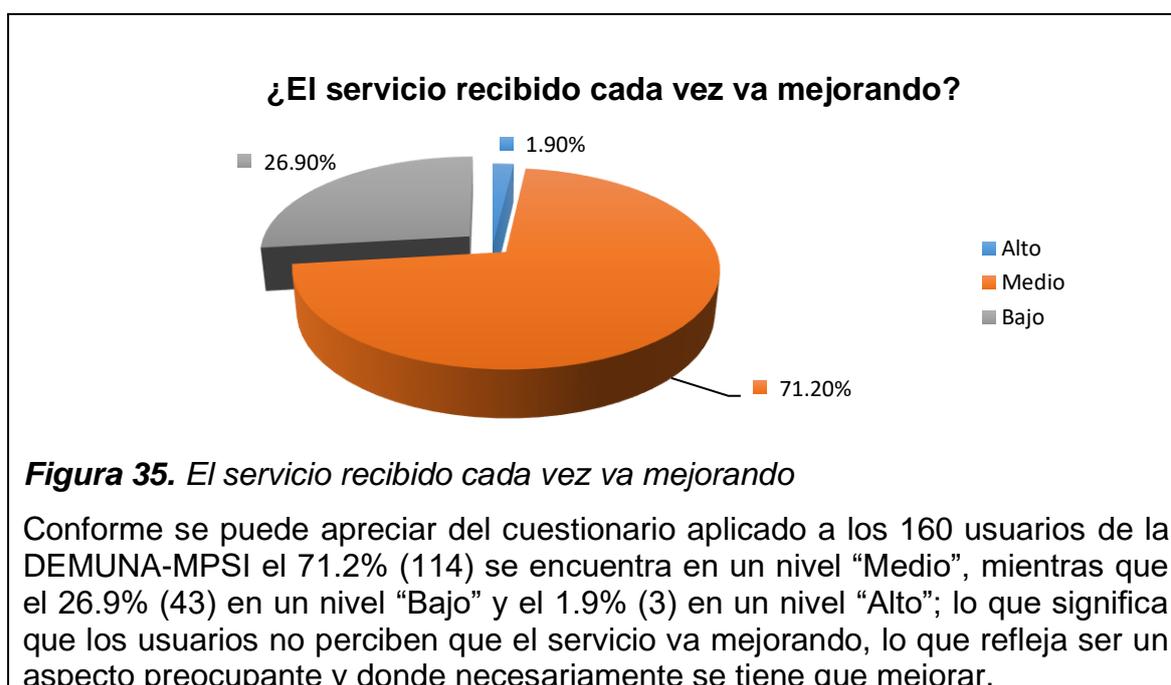


Figura 35. *El servicio recibido cada vez va mejorando*

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 71.2% (114) se encuentra en un nivel "Medio", mientras que el 26.9% (43) en un nivel "Bajo" y el 1.9% (3) en un nivel "Alto"; lo que significa que los usuarios no perciben que el servicio va mejorando, lo que refleja ser un aspecto preocupante y donde necesariamente se tiene que mejorar.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 39.

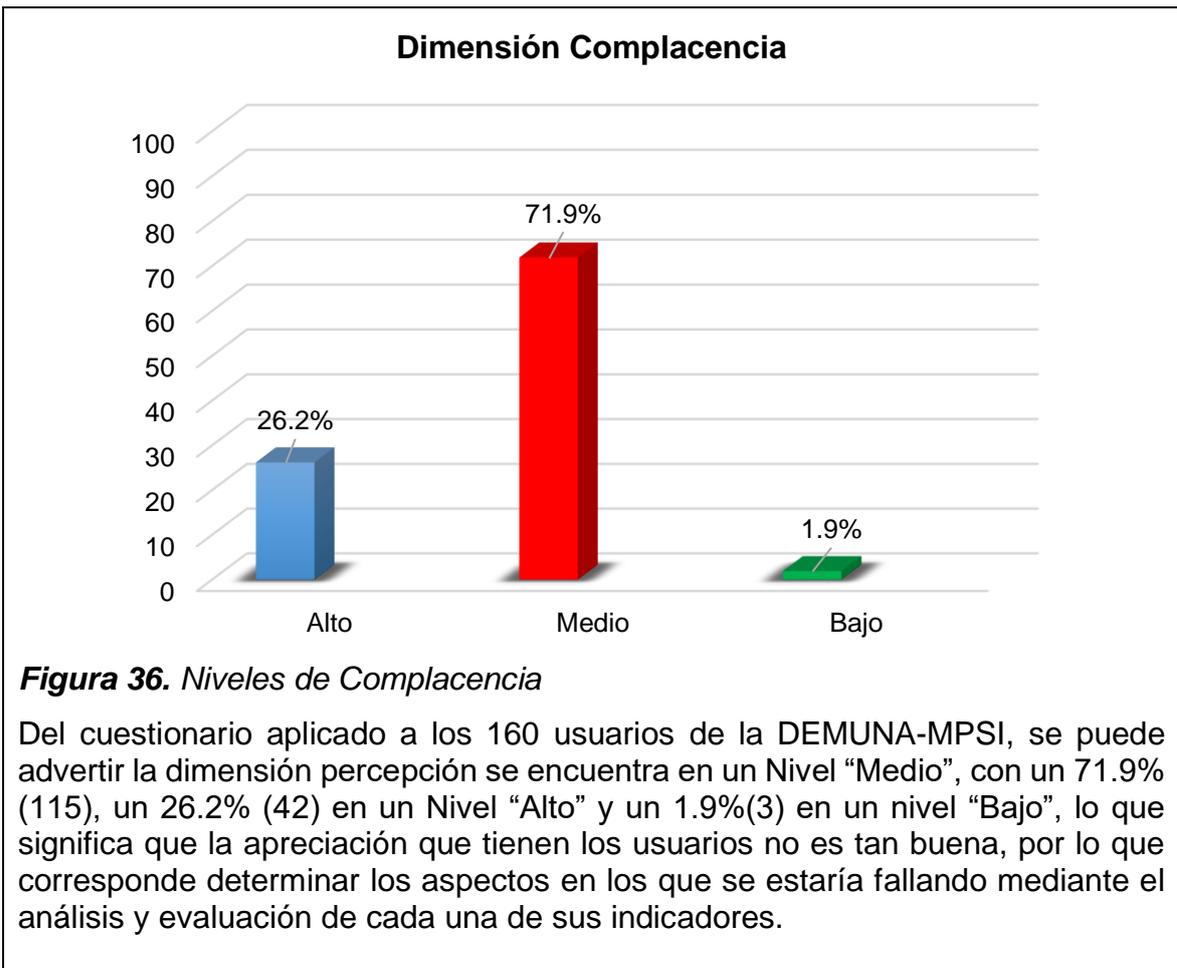
Dimensión 3: Complacencia

Tabla 40.

Análisis e interpretación de la dimensión "Complacencia" en relación con sus indicadores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	3	1.9	1.9	1.9
Medio	115	71.9	71.9	73.8
Alto	42	26.2	26.2	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 40.

Tabla 41.

Se siente satisfecho con la atención del personal

Dimensión: Complacencia (personal)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	8	5.0	5.0	5.0
Medio	152	95.0	95.0	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Se siente satisfecho con la atención del personal?

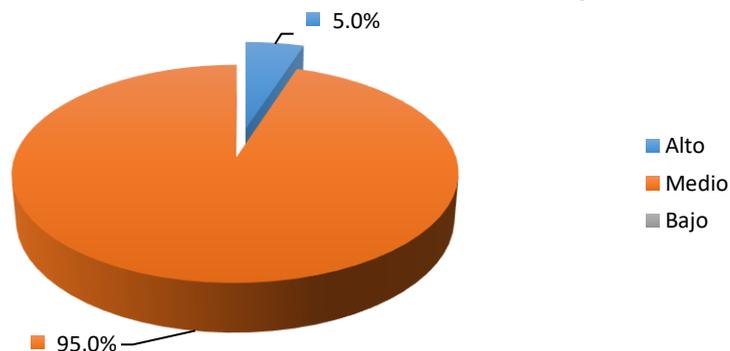


Figura 37. Se siente satisfecho con la atención del personal

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 95.0% (152) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 5.0% (8) en un nivel “Alto”; lo que significa que los usuarios se sienten satisfechos con la atención que recibe.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 41.

Tabla 42.

Se siente satisfecho con el servicio recibido

Dimensión: Complacencia (servicio)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	10	6.3	6.3	6.3
Medio	148	92.4	92.4	98.7
Bajo	2	1.3	1.3	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?

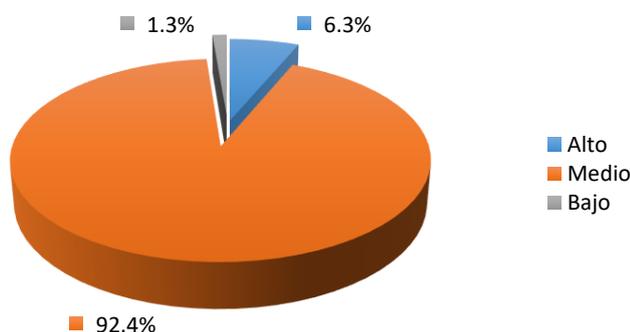


Figura 38. Se siente satisfecho con el servicio recibido

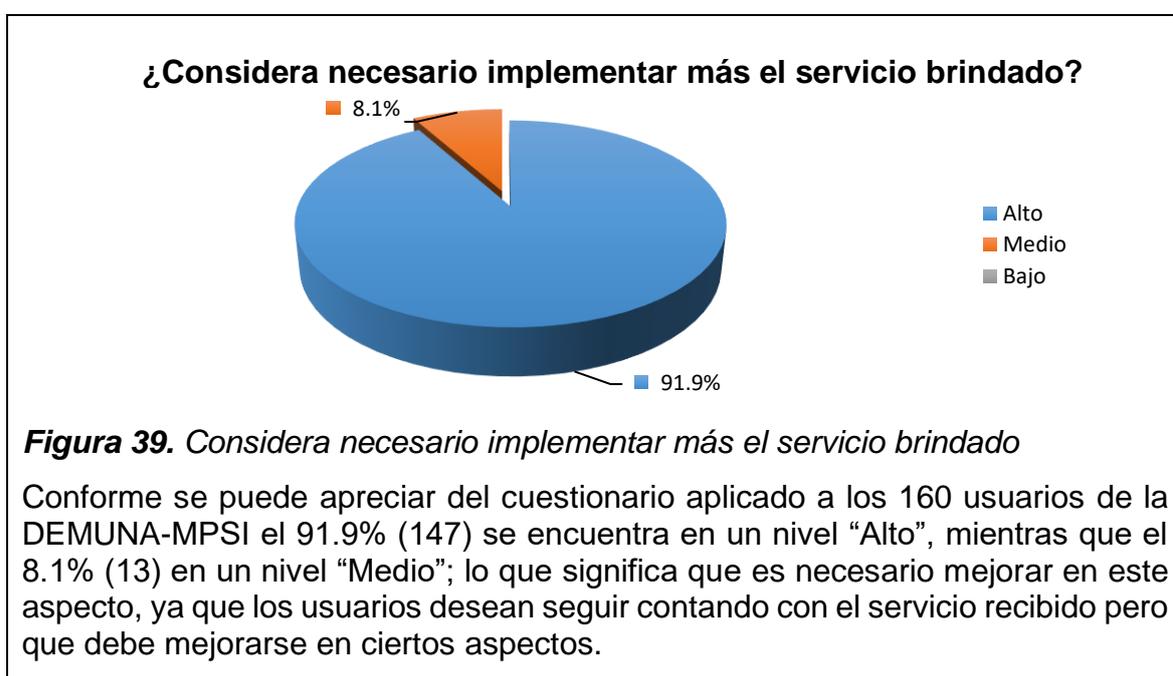
Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 92.4% (148) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 6.3% (10) en un nivel “Alto” y el 1.3% (2) en un nivel “Bajo”; lo que significa que los usuarios se sienten regularmente satisfechos con el servicio recibido.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 42.

Tabla 43.*Considera necesario implementar más el servicio brindado*

Dimensión: Complacencia (implementación)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	147	91.9	91.9	91.9
Medio	13	8.1	8.1	100.0
Bajo	0	0.0	0.0	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.



Nota. Datos obtenidos de la Tabla 43.

Tabla 44.*Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto*

Dimensión: Complacencia (nivel de satisfacción)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	5	3.1	3.1	3.1
Medio	118	73.8	73.8	76.9
Bajo	37	23.1	23.1	100.0
TOTAL	160	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario aplicado a la muestra de usuarios de la DEMUNA-MPSI, 2018.

¿Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto?

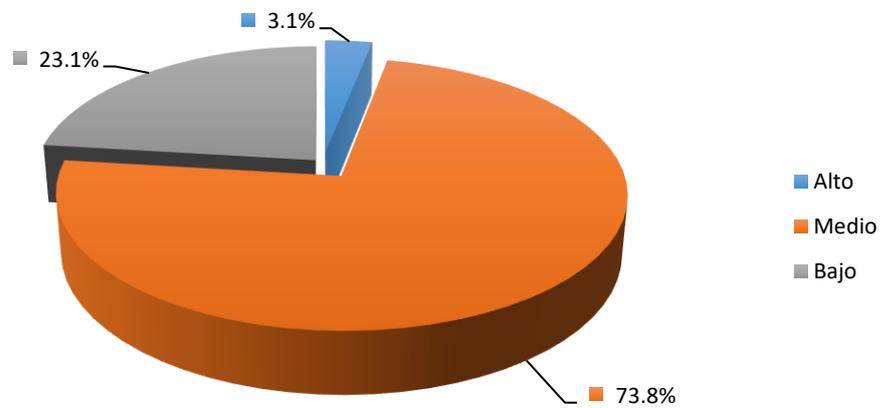


Figura 40. Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto

Conforme se puede apreciar del cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI el 73.8% (118) se encuentra en un nivel “Medio”, mientras que el 23.1% (37) en un nivel “Bajo” y un 3.1% (5) en el nivel “Alto”; lo que significa que los usuarios no consideran que su satisfacción por el servicio recibido, sea alto, debido quizá a todas las deficiencias descritas anteriormente.

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 44.

3.2. Discusión de resultados

3.2.1. Respecto a la relación que existe entre la satisfacción del usuario y la calidad de servicio brindado por la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

Se ha determinado mediante el cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI y la aplicación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, que existe una correlación directa, positiva y significativamente alta ($Rho = 0,853$) entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA-SAN IGNACIO, lo que significa que a mayor calidad del servicio que se preste, mayor será la satisfacción del usuario; dependiendo una de la otra, es decir, “si se brinda una calidad de servicio existirá mayor índice de satisfacción en los usuarios”, contrario sensu, “si no se brinda un servicio de calidad existirá un menor índice de satisfacción en los usuarios”, lo que constituye un respuesta racional e instintiva de lo que pueden evidenciar, percibir o apreciar los usuarios.

Los resultados encontrados se pueden contrastar con el estudio realizado por Gonzáles (2017), quien también determinó que existe relación entre las variables calidad de servicio y la satisfacción del cliente, concluyendo que cuan mayor sea la calidad de servicio, mayor será la satisfacción del cliente.

Asimismo, se ha determinado que el nivel de significancia ($p = 0,000$) es menor a 0,05, con lo cual queda demostrado que nuestra Hipótesis Verdadera de investigación, “ H_i ”, es cierta y válida; rechazándose categóricamente la Hipótesis Nula: “ H_o ”, es decir, se corrobora nuestra hipótesis de que, en realidad ambas variables de estudio, van de la mano en todo el proceso de atención al usuario, no solo en el momento de su atención, sino también desde la forma de su presentación (pre-servicio) hasta su posterior seguimiento (pos-servicio).

Por tanto, mejorarse de manera constante y permanente la forma de brindar el servicio, buscando la aplicación de los nuevos estándares de calidad y que puedan ser percibidos por los usuarios, para incrementar los índices de complacencia, máxime si se tiene en consideración que nuestra área de estudio se trata de una institución pública, donde se debe velar siempre por mejorar la vida de los pobladores más necesitados, brindándoles una mejor calidad servicial.

3.2.2. Respecto al nivel de calidad de servicio que se les ofrece a los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

Se ha determinado mediante el cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI y la aplicación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, que el nivel de calidad de servicio que se les ofrece a los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018, se encuentre en un nivel "Medio", con un 79.5% (127), un 13.9% (22) en un Nivel "Alto" y un 6.6% (11) en un Nivel "Bajo", lo que significa que la apreciación que tienen los usuarios no es tan buena, por lo que es pertinente analizar y evaluar cada una de sus dimensiones e indicadores, para determinar cuáles son los aspectos en los que estaría fallando.

Siendo así, se ha podido demostrar, que en la dimensión "Confiabilidad" se advierte aspectos que deben mejorarse en el indicador "Promesa", que se encuentra en un nivel "Medio", con un promedio de 88.1% (141) que están de acuerdo con que se ha cumplido la promesa de hacer algo (entiéndase esto por algún trámite documentario), importando mejorar buscando alcanzar el nivel "Alto"; lo mismo sucede con el indicador "Errores", ya que conforme se demostrado, se encuentra en un Nivel "Medio", con un 75.5% (92), significando que el personal incurre en errores, por lo tanto, debe mejorarse para que en lo sucesivo los usuarios tengan una menor percepción de que se han reducido los errores cometidos.

Respecto a la dimensión "Capacidad de respuesta", se advierte la primera deficiencia que debemos superar, que se relaciona con el indicador "Puntualidad", ya que se encuentra con un nivel "Medio", con un promedio de 71.9% (115), pero con un alto índice en el Nivel "Bajo", con un promedio de 23.1% (37), lo que significa que no se atiende a los usuarios en la fecha en que se les ha citado, demostrando que hay impuntualidad, haciendo dudar de la credibilidad de los trabajadores y por lo tanto no es buen para la imagen de la DEMUNA, ello, considero, debido a la carencia de personal suficiente, por cuanto en dicha área solo labora una secretaria quien a su vez cumple la función conciliadora y el Jefe del área (abogado), quien actúa también como abogado verificador, siendo necesario que se contrate a una persona más que se encuentre preparada en atención al cliente y que conozca

sobre temas relacionados con la conciliación, debidamente reconocida por el Ministerio de Justicia (MINJUS) o el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), con el cual se podrían repartir los roles de atención al público, puesto que también hay deficiencia en el indicador “Rapidez”, que se encuentra con un nivel “Medio” con un promedio de 75.6% (121), pero con un alto índice en el Nivel “Bajo”, con un promedio de 24.4% (39), lo que significa que el servicio brindado no es rápido, lentitud que también afecta a los usuarios, de esa forma, con dos secretarías de atención sería más fácil y rápido para atender al público, y, sobre todo, tomarse el tiempo suficiente para absolver sus consultas, preguntas e inquietudes, que también representa una deficiencia, conforme se advierte del indicador “Tiempo”, donde se ha obtenido un Nivel “Medio”, con un promedio de 88.1% (141), pero con un alto índice en el Nivel “Bajo”, con un promedio de 11.9% (9), lo que significa que el personal no tiene tiempo suficiente para responder a las preguntas de los usuarios, siendo necesario que se incremente el tiempo de atención, de manera tal que se le pueda explicar mejor a los usuarios, respecto a las serie de interrogantes que pudieran tener, aunado además, claro está, de que debe contratarse a un personal más para que asuma ese rol de atención al público y absolución de consultas, lo cual permitirá mejorar la calidad de servicio brindado.

En cuanto a la dimensión “Seguridad” no existe ninguna deficiencia o problema que deba mejorarse, sin embargo, siempre es bueno recomendar que se siga trabajando de la misma manera y, porque no decirlo, seguir mejorando, de manera tal que el usuario se siga llevando una buena impresión en ese aspecto.

En cuanto a la dimensión “Empatía” se ha podido determinar que existe deficiencia en el indicador “Horario”, por cuanto el mismo se encuentra en un Nivel “Medio”, con un promedio de 61.3% (98), pero con alto índice en el Nivel “Bajo”, con un promedio de 36.9% (59), lo que significa que el horario de apertura o atención resultan ser inadecuado para todos sus usuarios, ello debido a que a la mayoría de usuarios provienen de zonas aledañas (lejanas), esto es, se tienen que trasladar desde el campo hasta la ciudad y ello les lleva un tiempo considerable para poder llegar de manera oportuna, y muchas veces llegan tarde, cuando ya no es horario de atención, por lo tanto, es menester que se solucione en este aspecto, colocando horarios más flexibles, teniendo en consideración lo antes indicado.

Finalmente, en cuanto a la dimensión “Elementos Tangibles” se ha podido determinar que existe deficiencia en el indicador “Materiales”, por cuanto el mismo se encuentra en un Nivel “Medio”, con un promedio de 93.8% (150), pero con índice bajo pero considerable en el Nivel “Bajo”, con un promedio de 5.0% (8), lo que significa que la Oficina de la DEMUNA adolece de falta de material logístico suficiente para brindar un mejor servicio de calidad, ello conlleva a que muchas veces las labores de oficina se paralizen o se retarden.

En el estudio realizado por Jiménez y Neyra (2017), concluyeron que la calidad del servicio que percibieron los usuarios es regular (37.88%) por motivo de la capacidad de respuesta y empatía expuesta por los servicios públicos, en especial cuando el usuario se acerca a consultar algo o formular algún reclamo; siendo otro factor que también influye en la calidad de servicio el elemento tangible, que presenta deterioro debido a la ausencia de mantenimiento. Con lo que podemos manifestar que, en efecto, también presentaría similar problemática, es decir, la atención que se le brinda a los usuarios de la Municipalidad Provincial de San Ignacio se presentarían en todas las áreas.

3.2.3. Respecto al nivel de satisfacción que tienen los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.

Se ha determinado mediante el cuestionario aplicado a los 160 usuarios de la DEMUNA-MPSI y la aplicación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, que el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018, se encuentre en un nivel “Medio”, con un 72.3% (115), un 14.2% (23) en un Nivel “Alto” y un 13.5% (22) en un Nivel “Bajo”, lo que significa que la apreciación que tienen los usuarios no es tan buena, por lo que es pertinente analizar y evaluar cada una de sus dimensiones e indicadores, para determinar cuáles son los aspectos en los que estaría fallando.

Siendo así, se ha podido demostrar, que en la dimensión “Expectativas”, se ha determinado que presenta deficiencias en sus tres (3) indicadores, a decir: el indicador “Horario”, se encuentra en un Nivel “Bajo”, con un considerable promedio de 60.0% (96) y con un nivel “Medio”, con un promedio de tan solo 38.8% (62), lo que significa que el horario de atención en la Oficina de la DEMUNA-MPSI no es el

adecuado y que tampoco se ajusta al tiempo que tienen los usuarios, lo que refleja ser un aspecto preocupante, en razón de que, por lo general, la mayoría de usuarios viven en el campo, y tienen que trasladarse desde sus caseríos hasta la ciudad de San Ignacio, lo cual implica tener que recorrer de una hora como mínimo, en algunos casos, caminando, por cuanto el acceso vehicular es difícil en muchos lugares, aunado al clima local, que es variado y como tal, las lluvias son frecuentes, lo cual prolonga el tiempo para llegar a su destino, además, la mayoría de usuarios, entre hombres y mujeres, trabajan en la agricultura, ya sea en sus chacras o como peones o jornaleros, haciendo faenas para generar recursos económicos, labores agrícolas que lo realizan de lunes a sábados, por lo tanto, tener que viajar para ver sus asuntos legales constituye un día pérdida para ellos, máxime si tener que venir y no ser atendidos dificulta aún más su situación problemática, por lo que resulta ser necesario mejorar en ese aspecto, pudiendo ser que se incremente la atención para los días sábados (mañana y tarde), sin perjuicio de la contratación un personal más; lo mismo sucede con el indicador “Tiempo”, que se encuentra en un Nivel “Medio”, con un promedio de 63.1% (101) y con un nivel “Bajo”, con un promedio de 35.0% (56), lo que significa el tiempo de espera otorgado en la DEMUNA-MPSI para que los usuarios sean atendidos no es el adecuado, resultando ser también un aspecto preocupante y que también debe mejorarse, pudiendo superarse dicha deficiencia, como ya se indicó, con la contratación de otras persona que cumpla el perfil de atención al cliente y que además esté debidamente acreditado como conciliador extrajudicial, con especialización en familia; en esa misma línea, se advierte que el indicador “Atención”, se encuentra en un Nivel “Bajo”, con un considerable promedio de 56.9% (91) y con un nivel “Medio”, con un promedio de tan solo 40.0% (64), lo que significa que el tiempo de atención que la única secretaria se toma para atender sus inquietudes y necesidades a los usuarios es insuficiente, considerando que además tiene que realizar las audiencias de conciliación, el cual incluye todo el procedimiento conciliatorio, esto es, desde la invitación a las partes hasta la realización de las sesiones, en tanto que el Jefe del área, se encarga de la redacción de demandas (alimentos, tenencias, régimen de visitas, filiaciones extramatrimoniales, ejecución de actas de conciliación) así como atender al público, es decir, constituye una deficiencia que debe mejorarse.

En cuanto a la dimensión “Percepción”, es necesario mejorar en el indicador “Calidad”, que se encuentra en un Nivel “Medio”, con un promedio de 93.1% (149) y tan solo con un Nivel “Alto” de promedio de 5.6% (9), ya que si bien parece una cifra aceptable, esto es, que los usuarios reciben un servicio de calidad, no obstante, el objetivo de toda institución debe ser alcanzar un promedio de aceptación mayor al obtenido, sobretodo en el aspecto de calidad, por tanto, es un indicador que debemos mejorar, con el objetivo de poder alcanzar el Nivel “Alto”, eliminado así el nivel “Bajo” que se ha contenido, que es el promedio de 1.3% (2); ello se refleja en la apreciación que tienen los usuarios respecto al indicador “Mejora” del servicio que vienen recibiendo, donde se ha obtenido un Nivel “Medio”, con un promedio de 71.2% (114), pero con un considerable Nivel “Bajo”, con un promedio de 26.9% (43), considerando los usuarios que el servicio recibido debería ir mejorando cada vez más, de no ser así, lo se consideraría como un aspecto negativo para la percepción de los usuarios, quienes esperan con ansias percibir la mejora de la forma de prestación del servicio.

Finalmente, respecto a la dimensión “Complacencia”, en el indicador “Servicio”, se ha obtenido un Nivel “Medio”, con un promedio de 92.4% (148), y tan solo un Nivel “Alto” del 6.3% (10), lo que significa que debe buscarse mejores alternativas para lograr obtener un Nivel “Alto”, pues los usuarios afirman que no estar satisfechos con el servicio recibido; respecto al indicador “Implementación”, este se encuentra con un Nivel “Alto”, con un promedio de 91.9% (147), lo que significa que es necesario que el servicio brindado se siga implementando; y, en cuanto al indicador “Nivel de Satisfacción”, este se encuentra con un Nivel “Medio”, con un promedio de 73.8% (118), no obstante, presenta un considerable Nivel “Bajo”, con un promedio de 23.1% (37), porcentajes significativos que nos invita a reflexionar y buscar alternativas para mejorar y superar dicha deficiencia, siendo necesario corregir todos los aspectos que han sido observados precedentemente.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

1. Se ha determinado mediante la aplicación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, que existe una correlación directa, positiva y significativamente alta ($Rho = 0,853$) entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA-SAN IGNACIO, lo que significa que a mayor calidad del servicio que se preste, mayor será la satisfacción del usuario; asimismo, el nivel de significancia ($p = 0,000$) menor a $0,05$, con lo cual queda demostrado que nuestra Hipótesis Verdadera de investigación, “Hi”, es cierta y válida; rechazándose categóricamente la Hipótesis Nula: “Ho”.

2. Se ha determinado que la calidad de servicio que se le ofrece al usuario de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, se encuentra en un nivel “Medio”, con un promedio de 79.5% (127), debido a que presenta deficiencias que deben mejorarse en las dimensiones de confiabilidad (indicadores: promesa y errores), capacidad de respuesta (indicadores: puntualidad, rapidez y tiempo), empatía (indicador: horario) y elementos tangibles (indicador: materiales).

3. Se ha determinado que la satisfacción del usuario de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, se encuentra en un nivel “Medio”, con un promedio de 72.3% (115), debido a que presenta deficiencias que deben mejorarse en las dimensiones de expectativas (indicadores: horario, tiempo y atención), percepción (indicadores: calidad y mejora) y en complacencia (indicadores: servicios, implementación y nivel de satisfacción).

4.2. Recomendaciones

1. Para mejorar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la DEMUNA-SAN IGNACIO, deben aplicarse de manera periódica (cada tres meses) encuestas a sus usuarios, para conocer cuáles son sus apreciaciones y expectativas respecto al servicio que reciben.

2. Para mejorar la calidad de servicio que ofrece la DEMUNA-SAN IGNACIO se debe capacitar a los trabajadores de dicha área en temas de atención al usuario, así como gestionar la contratación de una persona que cumpla con ese perfil y procurar mayor racionalización de material logístico (papel e impresora).

3. Para mejorar e incrementar los niveles de satisfacción de los usuarios de la DEMUNA-SAN IGNACIO se debe modificar el horario de atención a los usuarios para que pueda ser más accesible (sábados mañana y tarde), y tomarse más tiempo para atenderlos en cada sesión de entrevista.

REFERENCIAS

- Aragadvay, S. (2017). *Satisfacción del usuario externo del Hospital Básico Moderno de Riobamba*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26492/1/44%20GIS.pdf>
- Aurora, G. (2005). *Los estudios de necesidades y uso de información: fundamentos y perspectivas actuales*. España: TREA S.L.
- Ávila, T. (2016). *Calidad en la atención de los servicios de salud desde la óptica del usuario en el centro San Vicente de Paúl de la ciudad de Esmeraldas*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/698/1/AVILA%20BUSTOS%20TANIA%20XIMENA.pdf>
- Barreda, S. (2019). *Gestión de la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Computrock E.I.R.L. Chiclayo - 2017*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6604/Barreda%20Malhaber%20Silvia%20Ang%c3%a9lica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Berry, L., Bennett, D., & Brown, C. (1989). *Calidad de servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Berry, T. (1995). *Cómo gerencia la transformación hacia la calidad total*. Colombia: McGraw-Hill.
- Blanco, L., & Soto, C. (2017). *Modelo de gestión y nivel de satisfacción de usuarios del Área de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc*. Pimentel: Universidad "Señor de Sipán". Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4382/Blanco%20Blanco%20-%20Soto%20Leiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cama, M. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Juzgado de Paz Letrado de Puente Piedra - 2016*. Lima: Universidad "César Vallejo". Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15189/Cama_MMAJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carreazo, J. (2018). *Servicio de atención y satisfacción del usuario de la Municipalidad de Carabayllo, 2017*. Lima, Perú: Escuela de Posgrado de la

- Universidad "César Vallejo". Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13754/Carreazo_RJM.pdf?sequence=1
- Cueva, B., & Gonzáles, C. (2017). *Desempeño laboral y calidad de servicio en el Restaurante Sabor de mi Tierra de San Ignacio-2017*. Pimentel, Chiclayo: Universidad "Señor de Sipán". Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4260/Cueva%20Peltroche%20-%20Gonzales%20Adrianzen%20%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Curzel, M. (2008). *Usuarios de la información, formación y desafíos*. Buenos Aires: Alfagrama.
- Dávila, M., & Barboza, M. (2019). *Servicio al cliente y la relación con la satisfacción del cliente, en el Restaurante Yenifer de Tarapoto, periodo 2016*. Tarapoto: Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto. Obtenido de <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3314/ADMINISTRACION%20-%20Mary%20Clayre%20Davila%20Alarcon%20%26%20Maria%20Deisy%20Barboza%20Ramirez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Deming, W. (1989). *calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Domínguez, J. (2018). *Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la Ciudad de Guayaquil*. Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10987/1/T-UCSG-POS-MAE-186.pdf>
- Escalante, K. (2017). *Relación de la calidad de servicio con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, 2017*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12378/Escalante%20Tavera%20Karol.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espejo, D. (2018). *Calidad de servicio en la atención odontológica de pacientes que acuden al servicio de estomatología de una institución pública y privada en la provincia de Lima, San Martín de Porres en el año 2017*. Lima, Perú:

- Universidad Peruana Cayetano Heredia. Obtenido de http://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/upch/1502/Calidad_EspejoLoyola_Dalma.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fernández, G. (2018). *Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Chota, 2018*. Chiclayo: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28916/fernandez_rg.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fornell, C. (2005). *American Customer Satisfaction Index (2005): Methodology Report*. USA: University of Michigan.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, 18(3), 381-398. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>
- Gil, I., Sánchez, M., Berenguer, G., & González, M. (2005). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. *Cuadernos de Estudios Empresariales*(15), 47-72. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/view/CESE0505110047A/9524>
- González, R. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera arbolito S.A.C. Chiclayo - 2016*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4485/Gonzales%20Guevara%20Robinson%20Vladimir.pdf?sequence=1>
- Gosso, F. (2008). *Híper satisfacción del cliente: ¡con solo satisfacer a los clientes no alcanza!* (1ra ed.). México: Panorama.
- Grande, I. (2012). *Marketing de los servicios* (4ta ed.). Madrid: Editorial ESIC.
- Guillén, A. (2017). *Incidencia del clima organizacional en la atención a los clientes de Tienda E y M, Municipio de Ocotul durante el I Semestre 2017*. Matagalpa, Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, managua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/8189/1/6743.pdf>
- Gutiérrez, M. (2017). *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario de complejos deportivos de la Municipalidad Provincial del Santa-Chimbote*

2017. Áncash, Perú: Universidad “César Vallejo”. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11985/gutierrez_zm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: McGraw-Hill Education. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios Conceptos, estrategias y casos* (Cuarta ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.
- Huamán, R. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015*. Huaraz: Universidad “César Vallejo”. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11990/huaman_br.pdf?sequence=1
- Jaramillo, D. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa APROCASSI, San Ignacio, 2019*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5237/Jaramillo%20Abarca%20Dilcia.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Jiménez, N., & Neyra, J. (2017). *Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de San Ignacio, año 2017*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5088/JIMENEZ%20LALANGUI%20%26%20NEYRA%20ALBERCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Julcamoro, M., & Terán, A. (2017). *Nivel de satisfacción del usuario externo. Servicio de Emergencia del Hospital Regional Docente de Cajamarca. 2017*. Cajamarca: Universidad Privada “Antonio Guillermo Urrelo”. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/436/INFORME%20FINAL%20DE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14° ed.). México: Pearson Educación S.A.

- Lira, M. (2009). *“¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente?: Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes* (1ra ed.). México: Registro de la Cámara Nacional de la Industria.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*(34), 181-209. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de Calidad* (1ra ed.). Madrid: Delta Publicaciones Universitarias.
- Miranda, H. (2017). *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017*. Huancayo: Universidad Continental. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/3587/5/INV_FCE_CAN_TE_Miranda_Torres_2017.pdf
- Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M., & Quintanilla, I. (2014). *El comportamiento del Consumidor*. Barcelona: UOC.
- Moya, R. (2007). *Estadística descriptiva: conceptos y aplicaciones* (1ra ed.). Lima: San Marcos.
- Moyano, J., Bruque, S., Martínez, P., & Maqueira, J. (2011). *Gestión de la calidad en empresas tecnológicas de TQM a ITIL* (1ra ed.). Madrid: Ediciones de la Universidad de Jaén.
- Müller, E. (2003). *Cultura de calidad de servicio* (1ra ed.). México: Editorial Trillas.
- Muñoz, I. (2017). *La Calidad del Servicio y el Nivel de Satisfacción de Víctimas de Violencia atendidas en la División Clínico Forense del Instituto de Medicina Legal-2016*. Lima: Universidad “César Vallejo”. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6677/Mu%C3%B1oz_GI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Noreña-Peña, A., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. (U. d. Sabana, Ed.) *Revista Científica de la Facultad de Enfermería y Rehabilitación “Aquichan”*.

- Nuñez, Y. (2017). *Nivel de satisfacción del manejo de residuos sólidos y su relación en el Planeamiento Estratégico de la Municipalidad Provincial de San Ignacio, Provincia de San Ignacio-Cajamarca*. Jaén, Cajamarca, Perú: Escuela de Posgrado Universidad "César Vallejo". Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16840/Nu%C3%B1ez_MYDLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis. Una propuesta didáctica para aprender a investigar y elaborar la tesis* (tercera ed.). (F. E. Marcos, Ed.) Lima: Centro de Producción Editorial e Imprenta - CEPREDIM.
- Ochoa, R., & Vega, G. (2018). *Relación entre calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de José Leonardo Ortiz*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4941/Ochoa%20Zambrano%20%26%20Vega%20Costa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ospina, S. (2015). *Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías. Un modelo integrador de antecedentes y consecuentes desde la perspectiva del transitario*. Valencia, España: Universidad de Valencia. Obtenido de http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/43626/Tesis%20Doctoral_Santiago%20Ospina%20Pinzon.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL Scale Journal of Retailing*.
- Quispe, J. (2015). *Nivel de percepción de la calidad y su relación con el nivel de satisfacción esperado del servicio de los clientes en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Cajamarca. 2014*. Huánuco: Universidad de Huánuco. Obtenido de http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/92/Quispe_Goicochea_Juan_Gilberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, H. (2017). *Programa de capacitación en competencias funcionales para mejorar la calidad de servicio en los Tenientes Gobernadores del Distrito de Chirinos-Provincia San Ignacio-2016*. Jaén, Cajamarca: Escuela de

- Posgrado de la Universidad "César Vallejo". Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16843/Ramirez_LH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Real Academia Española, R. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/>
- Reyes, S., Mayo, J., & Loredó, N. (2009). La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una mirada desde el entorno empresarial cubano. *Revista académica de economía*(113 ISSN 1696-8352). Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>
- Riqueros, J. (2017). *Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas. Enero-Abril-2017*. Caraz-Huaylas, Ancash, Perú: Escuela de Posgrado de la Universidad "César Vallejo". Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12026/riqueros_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Riveros, P. (2007). *Sistema de Gestión de la calidad de servicio: Sea líder en mercados altamente competitivos* (3ra ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.
- Rojas, J. (2015). *Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de una municipalidad: Análisis de los servicios entregados en Edificio Consistorial y Departamento de Desarrollo Social de la municipalidad de lo Prado*. Santiago de Chile, Chile. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/137581/Un-modelo-de-satisfaccion-de-usuarios-como-herramienta-de-apoyo-a-la-gestion-de-una-Municipalidad.pdf?sequence=1>
- Romero, P. (2017). *Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios del Centro de Atención al ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2015*. Cajamarca, Perú: Universidad Nacional de Cajamarca. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/1195/NIVEL%20DE%20SATISFACCI%C3%93N%20DE%20LOS%20USUARIOS%20DE%20LOS%20SERVICIOS%20DEL%20CENTRO%20DE%20ATENCIÓN%20AL%20CIUDADANO%20DE%20LA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Sánchez, H., & Reyes, C. (2015). *Metodología y diseños en la investigación científica* (Quinta ed.). Lima: Bussiness Support Aneth SRL.
- Santamaría, O. (2016). *Análisis de la calidad del servicio posventa y la satisfacción de clientes de los concesionarios de la industria automotriz en Colombia*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/57508/1/1022367912.2017.pdf>
- Serna, M., & Yangua, I. V. (2017). *Estrategias de atención para mejorar la satisfacción de los clientes en la Agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio, 2017*. Pimentel: Universidad "Señor de Sipán". Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4383/Serna%20Purizaca%20-%20Yangua%20Elera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serquén, M. (2017). *Plan de Simplificación Administrativa para mejorar la atención al adulto mayor indocumentado del RENIEC San Ignacio-2016*. Jaén, Cajamarca: Universidad "César Vallejo". Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16847/Serqu%C3%A9n_SMC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vilca, C. (2018). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los administrados de la Municipalidad Distrital de Cabana, 2016*. Moquegua: Universidad José Carlos Mariátegui. Obtenido de http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/ujcm/355/Vilca%20Apaza%20Cleofina_tesis_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vildósola, M. (2007). *Marketing de servicios: mercado y cliente en el caso peruano*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la Gestión de Servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Díaz de Santos S.A. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=242222>

ANEXOS

ANEXO Nº 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICA	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018?	<p>Objetivo General Determinar el nivel de correlación que existe entre la satisfacción del usuario y la calidad de servicio brindado por la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.</p> <p>Objetivos Específicos a) Determinar el nivel de calidad de servicio que se les ofrece a los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018. b) Determinar el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.</p>	<p>Hipótesis de investigación Hi: Si existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA en la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.</p> <p>Hipótesis nula Ho: No existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario de la DEMUNA en la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018.</p>	<p>Variable Independiente: Calidad de Servicio: Divergencia existente entre lo que desea el usuario respecto del servicio recibido y la percibida por éste, expresando una manera de conducta relacionada, pero sin ser parecida a la satisfacción, (Jiménez y Neyra, 2017).</p> <p>Variable Dependiente: Satisfacción del usuario: Entendida como, si lo percibido por el consumidor satisface sus expectativas, se puede afirmar que ha sido confirmada y que ha quedado satisfecho, por el contrario, si lo que percibe y las expectativas que tenía son diferentes, entonces se puede afirmar que la expectativa debe ser rectificadas (Hoffman y Bateson, 2012).</p>	<p>Aplicada, cuantitativo, con un diseño no experimental, descriptivo y correlacional-transaccional (transversal).</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --- O1X M --- O2Y O1X --- r O2Y --- r </pre> </div> <p>Dónde: M: Es la muestra de estudio (N° de administrados). O₁X: Indica la medición a la variable (Calidad de Servicio). O₂Y: Indica la medición a la variable (Satisfacción). r: Relación entre variables (Coeficiente de correlación).</p>	Encuesta	Método de análisis Nominal.
					INSTRUMENTO	
					Cuestionario (Escala de Licker).	
					POBLACIÓN	
					Usuarios de la DEMUNA de la MPSI, atendidos durante Enero- Octubre 2018: 472 usuarios.	
MUESTRA						
160 usuarios						

ANEXO Nº 2: FORMATO DE CUESTIONARIO

El presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por objetivo general evaluar la relación que existe entre la “calidad de servicio” y la “satisfacción del usuario” de la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio-Cajamarca, 2018. Es confidencial y anónimo, por tanto, se le agradece que sea lo más sincero posible.

INSTRUCCIONES: Lea atentamente y marque con una “X” en el casillero de su preferencia del ítem correspondiente, según a la siguiente escala:

(1) Nunca	(2) Casi nunca	(3) Algunas veces	(4) Casi siempre	(5) Siempre
----------------	---------------------	------------------------	-----------------------	------------------

NOTA: Tomar en consideración para todas las preguntas lo siguiente: “*En las veces que acude usted a la DEMUNA de la Municipalidad Provincial de San Ignacio*”.

Sexo: M F

Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO						
Dimensión: Confiabilidad						
1	¿Cuándo le prometen hacer algo, lo cumplen?					
2	¿Cuándo usted tiene un problema, el personal muestra interés sincero por solucionarlo?					
3	¿Se lleva a cabo bien el servicio que se brinda desde la primera vez?					
4	¿Con qué frecuencia incurren en errores?					
Dimensión: Capacidad de respuesta						
5	¿Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado?					
6	¿El servicio brindado es rápido?					
7	¿Considera que el personal siempre está dispuesto a ayudarle?					
8	¿Considera que el personal tiene tiempo suficiente para responder a sus preguntas?					
Dimensión: Seguridad						
9	¿El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza?					
10	¿Se siente seguro con los trámites que realiza?					
11	¿El personal demuestra interés en querer resolver sus problemas?					
12	¿El personal dispone de conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?					
Dimensión: Empatía						
13	¿Se le ofrece una atención oportuna y eficiente?					

14	¿Existen horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?					
15	¿El personal muestra comprensión por sus necesidades?					
16	¿Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada?					
Dimensión: Elementos Tangibles						
17	¿La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno?					
18	¿Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas?					
19	¿La Oficina presenta una apariencia limpia?					
20	¿Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes?					
VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS						
Dimensión: Expectativas						
21	¿El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo?					
22	¿El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado?					
23	¿El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente?					
Dimensión: Percepción						
24	¿El trato del trabajador es cordial y amable?					
25	¿El servicio recibido es de calidad?					
26	¿El servicio recibido cada vez va mejorando?					
Dimensión: Complacencia						
27	¿Se siente satisfecho con la atención del personal?					
28	¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?					
29	¿Considera necesario implementar más el servicio brindado?					
30	¿Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto?					

¡¡¡Muchas Gracias por su colaboración!!!

ANEXO Nº 3: VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, **OLANO ELERA, SEGUNDO RENÉ**, Maestro en Administración de la Educación, Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad y Servidor Público de la Municipalidad Provincial de San Ignacio, he leído y validado el instrumento de recolección de datos (**ENCUESTA**), elaborado por: **ELVIS ELÍAS VALLEJOS BAUTISTA**, estudiante de la Escuela de Administración, para el desarrollo de la investigación titulada: **“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018”**.

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 1 de julio del 2021.



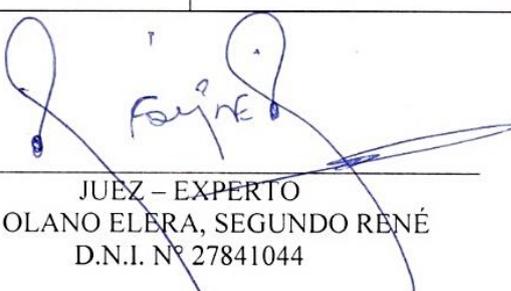
DR. OLANO ELERA, SEGUNDO RENÉ
D.N.I. N° 27841044

2.-¿Cuándo usted tiene un problema, el personal muestra interés sincero por solucionarlo?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
3.-¿Se lleva a cabo bien el servicio que se brinda desde la primera vez?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
4.-¿Con qué frecuencia incurren en errores?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Capacidad de respuesta	
5.-¿Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
6.-¿El servicio brindado es rápido?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
7.-¿Considera que el personal siempre está dispuesto a ayudarle?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
8.-¿Considera que el personal tiene tiempo suficiente para responder a sus preguntas?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Seguridad	
9.-¿El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
10.-¿Se siente seguro con los trámites que realiza?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
11.-¿El personal demuestra interés en querer resolver sus problemas?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
12.-¿El personal dispone de conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

Dimensión: Empatía	
13.-¿Se le ofrece una atención oportuna y eficiente?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
14.-¿Existen horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
15.-¿El personal muestra comprensión por sus necesidades?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
16.-¿Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Elementos Tangibles	
17.-¿La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
18.-¿Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
19.-¿La Oficina presenta una apariencia limpia?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
20.-¿Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
PARA LA MEDICIÓN DEL NIVEL DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	
Dimensión: Expectativas	
21.-¿El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
22.-¿El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

23.-¿El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Percepción	
24.-¿El trato del trabajador es cordial y amable?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
25.-¿El servicio recibido es de calidad?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
26.-¿El servicio recibido cada vez va mejorando?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Complacencia	
27.-¿Se siente satisfecho con la atención del personal?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
28.-¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
29.-¿Considera necesario implementar más el servicio brindado?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
30.-¿Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA: 30 Nº TD: 0
2. COMENTARIOS GENERALES:	CONFORME
3. OBSERVACIONES	NINGUNA

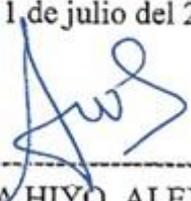

 JUEZ - EXPERTO
 DR. OLANO ELERA, SEGUNDO RENÉ
 D.N.I. Nº 27841044

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, **VERGARA HIYO, ALEX WILSON**, Maestro en Gestión Pública y Servidor Público del Establecimiento Penitenciario de Jaén - INPE, he leído y validado el instrumento de recolección de datos (**ENCUESTA**), elaborado por: **ELVIS ELÍAS VALLEJOS BAUTISTA**, estudiante de la Escuela de Administración, para el desarrollo de la investigación titulada: **“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018”**.

CERTIFIC O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 1 de julio del 2021.



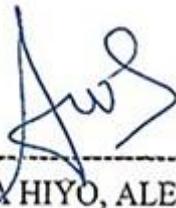
Mtro. **VERGARA HIYO, ALEX WILSON**
D.N.I. N° 09372901

2.-¿Cuándo usted tiene un problema, el personal muestra interés sincero por solucionarlo?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
3.-¿Se lleva a cabo bien el servicio que se brinda desde la primera vez?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
4.-¿Con qué frecuencia incurren en errores?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Capacidad de respuesta	
5.-¿Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
6.-¿El servicio brindado es rápido?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
7.-¿Considera que el personal siempre está dispuesto a ayudarlo?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
8.-¿Considera que el personal tiene tiempo suficiente para responder a sus preguntas?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Seguridad	
9.-¿El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
10.-¿Se siente seguro con los trámites que realiza?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
11.-¿El personal demuestra interés en querer resolver sus problemas?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
12.-¿El personal dispone de conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

Dimensión: Empatía	
13.-¿Se le ofrece una atención oportuna y eficiente?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
14.-¿Existen horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
15.-¿El personal muestra comprensión por sus necesidades?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
16.-¿Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Elementos Tangibles	
17.-¿La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
18.-¿Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
19.-¿La Oficina presenta una apariencia limpia?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
20.-¿Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
PARA LA MEDICIÓN DEL NIVEL DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	
Dimensión: Expectativas	
21.-¿El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
22.-¿El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

23.-¿El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Percepción	
24.-¿El trato del trabajador es cordial y amable?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
25.-¿El servicio recibido es de calidad?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
26.-¿El servicio recibido cada vez va mejorando?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Complacencia	
27.-¿Se siente satisfecho con la atención del personal?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
28.-¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
29.-¿Considera necesario implementar más el servicio brindado?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
30.-¿Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: 30 N° TD: 0
2. COMENTARIOS GENERALES:	CONFORME
3. OBSERVACIONES	NINGUNA



 Mtro. VERGARA HIYO, ALEX WILSON
 D.N.I. N° 09372901

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, **SUYSUY CHAMBERGO ERICKA JULISSA**, Maestra en Gestión Pública y docente de la Universidad “César Vallejo”, he leído y validado el instrumento de recolección de datos (**ENCUESTA**), elaborado por: **ELVIS ELÍAS VALLEJOS BAUTISTA**, estudiante de la Escuela de Administración, para el desarrollo de la investigación titulada: **“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018”**.

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 1 de julio del 2021.



~~Mg. Suysuy Chambergo Ericka~~

CLAD - 13374

MG. SUYSUY CHAMBERGO, ERICKA JULISSA

D.N.I. N° 45361468

2.-¿Cuándo usted tiene un problema, el personal muestra interés sincero por solucionarlo?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
3.-¿Se lleva a cabo bien el servicio que se brinda desde la primera vez?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
4.-¿Con qué frecuencia incurren en errores?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Capacidad de respuesta	
5.-¿Se le atiende en la fecha en el que se la ha citado?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
6.-¿El servicio brindado es rápido?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
7.-¿Considera que el personal siempre está dispuesto a ayudarlo?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
8.-¿Considera que el personal tiene tiempo suficiente para responder a sus preguntas?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Seguridad	
9.-¿El comportamiento del personal le inspiran o transmiten confianza?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
10.-¿Se siente seguro con los trámites que realiza?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
11.-¿El personal demuestra interés en querer resolver sus problemas?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
12.-¿El personal dispone de conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

Dimensión: Empatía	
13.-¿Se le ofrece una atención oportuna y eficiente?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
14.-¿Existen horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
15.-¿El personal muestra comprensión por sus necesidades?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
16.-¿Cuenta con trabajadores que le proporcionan atención personalizada?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Elementos Tangibles	
17.-¿La Oficina cuenta con un equipamiento de aspecto moderno?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
18.-¿Sus instalaciones físicas son visiblemente atractivas?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
19.-¿La Oficina presenta una apariencia limpia?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
20.-¿Los materiales con el que cuenta la Oficina son suficientes?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
PARA LA MEDICIÓN DEL NIVEL DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	
Dimensión: Expectativas	
21.-¿El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
22.-¿El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
23.-¿El tiempo que se toman para atender sus necesidades es suficiente?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

Dimensión: Percepción	
24.-¿El trato del trabajador es cordial y amable?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
25.-¿El servicio recibido es de calidad?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
26.-¿El servicio recibido cada vez va mejorando?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
Dimensión: Complacencia	
27.-¿Se siente satisfecho con la atención del personal?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
28.-¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
29.-¿Considera necesario implementar más el servicio brindado?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____
30.-¿Considera que su nivel de satisfacción por el servicio recibido es alto?	TA (X) TD () SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA: 30 Nº TD: 0
2. COMENTARIOS GENERALES:	CONFORME
3. OBSERVACIONES	NINGUNA

Erica J. Suysuy Cl

~~Mg. Suysuy Chambergo Ericka~~

JUEZ EXPERTO
CLAD 13274

MG. SUYSUY CHAMBERGO, ERICKA JULISSA
D.N.I. Nº 45361468

ANEXO N° 4: CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN



Municipalidad Provincial San Ignacio

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN

El Jefe de la Oficina de **DEFENSORÍA MUNICIPAL DEL NIÑO, NIÑA Y ADOLESCENTE - DEMUNA** de la Municipalidad Provincial de San Ignacio, **AUTORIZA** a don: **ELVIS ELÍAS VALLEJOS BAUTISTA**, identificado con D.N.I. N° 41482419, estudiante de la Carrera Profesional de Administración, de la Universidad “Señor de Sipán” - Sede Chiclayo, para que ejecute el desarrollo de su trabajo de investigación que lleva por título: **“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018”**, pudiendo acceder a la documentación con la que cuenta esta oficina, que guarde relación con el objeto de estudio, específicamente a los casos tramitados durante el periodo **ENERO 2018-OCTUBRE 2018**, así como realizar las encuestas que considere necesarias a los usuarios atendidos durante dicho periodo.

San Ignacio, noviembre del 2018.

Atentamente.



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
SAN IGNACIO
EDDORA ZIBITA PERALTA
CONCILIADORA DEMUNA
REG. 244 MIMDES / REG. 16220 MINJUS.

ANEXO N° 5: RESOLUCIÓN DE PROYECTO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 0171-FACEM-USS-2019

Chiclayo, 11 de marzo de 2019

VISTO:

El oficio N° 0160-2019/FACEM-DA-USS de fecha 11/03/2019, presentado por la Directora de la EAP de Administración y el proveído de la Decana de la FACEM de fecha 11/03/2019, sobre aprobación de proyecto de tesis, y;

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Específico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de Investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

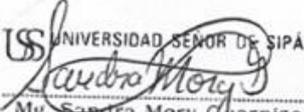
Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTÍCULO ÚNICO: APROBAR, los proyecto de tesis de los estudiantes de la EAP de Administración, modalidad presencial, PCA, sección "B", a cargo del docente Dr. JOSÉ FOCIÓN ECHEVERRIA JARA, del semestre académico 2018-II, según cuadro adjunto

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.


USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC
Dra. Carmen Elvira Rivas Prado
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales


USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Mg. Sandra Mory Charnizo
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

Cc.: Escuela., archivo

www.uss.edu.pe

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0171-FACEM-USS-2019

N°	APELLIDOS y NOMBRES	Título del proyecto de investigación	Línea de investigación
1	LEJANDRIA ALEJANDRIA, MARILU ARMANDINA	GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES MOVIL TOURS S.A REGIÓN AMAZONAS, 2018.	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
2	ALVERCA GARCIA, YERLI HERMELINDA	GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y DESEMPEÑO LABORAL DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN IGNACIO - 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
3	ARIAS RODRIGUEZ, JOSE JEFFREY	ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONAL PARA FIDELIZAR A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA "BARRA LIBRE DISCOTEK" SAN IGNACIO - CAJAMARCA 2018.	Marketing
4	CALDERON OJEDA, EDWIN EUCLIDES	ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA "LA RIVERA" DE LA PROVINCIA DE SAN IGNACIO 2018	Marketing
5	DELGADO ADRIANZEN, KELLY ROSARIO	PLAN DE EXPORTACION PARA LA INTERNACIONALIZACION DEL CHOCOLATE SAN FRANCISCO S.A.C. SAN IGNACIO, 2018	Marketing
6	DELGADO IPARRAGUIRRE, JOSE OSCAR	ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA OPTIMIZAR LA COMPETITIVIDAD DE LA COOPERATIVA CAFETALERA "GALLITO DE LAS ROCAS" LTDA.-NAMBALLE-SAN IGNACIO, 2018.	Marketing
7	GONZALES INGA, GISELLA BETTY	ESTRATEGIAS DE COBRANZA PARA DISMINUIR LA MOROSIDAD EN LA FINANCIERA EFECTIVA- JAEN, 2018	Auditoria finanzas y proyecto de inversión.
8	GONZALES LUMBA, MATILDE LILIBETH	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y LA ADMINISTRACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR TURISMO DE JAEN - CAJAMARCA	Gestión y competitividad
9	LAVAN GUERRERO, JOSE CHRISTIAN	PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE CAFETERIAS LIMA COFFEE- JAEN, 2018	Marketing
10	LOZANO RIVERA, JORGE JOSEHP	MARKETING RELACIONAL PARA MEJORAR LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA SELCOM.T. EN LA PROVINCIA DE JAEN, 2018	Marketing.



ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0171-FACEM-USS-2019**

11	MARTINEZ CORDOVA, ANAVEL	GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA OPTIMIZAR LA PRODUCCION SOSTENIBLE DE CAFÉ DE LA COOPERATIVA SELVA ANDINA - JAÉN, 2018	Gestión y Competitividad
12	MAYHUIRI PEREZ, YESMIN MILAGROS	INFLUENCIA DEL MARKETING MIX EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE LAS ZAPATERIAS LOPEZ -SAN IGNACIO, 2018	Marketing
13	MONTALVAN SUAREZ, MARIO ISAAC	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LOGRAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA ECOCSI SAC- SAN IGNACIO 2018	Marketing
14	NEIRA JIMENEZ, SALIDE	ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES PARA MEJORAR EL CLIMA LABORAL DE LA GERENCIA DE ADMINISTRACION DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO - 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
15	OLIVERA BARRIENTOS, DENIS	EL TALENTO HUMANO Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA MULTIVENTAS JOSECITO E.I.R.L. - JAÉN, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
16	PEREZ VASQUEZ, ESMIT	EL MANUAL DEL PERFIL DE PUESTOS Y LOS CARGOS OCUPADOS POR LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CONDORCANQUI, 2018.	Talento humano y comportamiento organizacional
17	PINTADO GONZAGA, KEVIN JEFERSON	PLAN DE CAPACITACIÓN PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES APROCASSI, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
18	PINTADO QUINDE, WILDER	MARKETING DIGITAL Y SU RELACION EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE SAN IGNACIO, 2018	Marketing
19	RAFAEL PAZ, CRISTOPHER ROGER	LA MOTIVACIÓN COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS MAX PETROLL S.R.L. - JAEN, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional.
20	RAMON FLORES, MARITA ELENA	LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACION CON ELV DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE HUABAL, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional.
21	ROSILLO JARAMILLO, DARLEY FERNANDO	ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CAFÉ DE LA ASOCIACION EL TRIUNFO CENFRO CAFÉ-SAN IGNACIO, 2018	Gestión y Competitividad
22	SAAVEDRA NUÑEZ, LEONIDAS AURELIO	PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACION DE AGUA DEL MANANTIAL LEONIDAS, EN SAN IGNACIO - CAJAMARCA, 2018.	Emprendedurismo y Planes de Negocio
23	SILVA MORETO, WILSON	SATISFACCION SOCIAL Y CALIDAD DE ATENCION DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "APROCREDI" SAN IGNACIO - CAJAMARCA 2018.	Gestión y Competitividad
24	VALDEZ MALDONADO, EMPERATRIZ	PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA GESTION ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL DE LA COOPERATIVA INCASSI - SAN IGNACIO, 2018	Gestión y Competitividad
25	VALLEJOS BAUTISTA, ELVIS ELIAS	CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018	Marketing

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

ANEXO Nº 6: FORMATO T1



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 1 de julio de 2021.

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

El suscrito:
ELVIS ELÍAS VALLEJOS BAUTISTA, con D.N.I. Nº 41482419

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018", presentado y aprobado en el año 2018 como requisito para optar el Grado de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación 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 el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, 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 investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor Decreto Legislativo Nº 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
VALLEJOS BAUTISTA ELVIS ELÍAS	41482419	

ANEXO Nº 7: FOTOS DE APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Figura 41.

Aplicación de encuesta en la DEMUNA-SAN IGNACIO (Toma 1)



Figura 43.

Aplicación de encuesta en la DEMUNA-SAN IGNACIO (Toma 2)



Figura 42.

Aplicación de encuesta en la DEMUNA-SAN IGNACIO (Toma 3)



ANEXO Nº 8: REPORTE TURNITIN

“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018”

INFORME DE ORIGINALIDAD

21%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uss.edu.pe

Fuente de Internet

12%

2

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

5%

3

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

4

core.ac.uk

Fuente de Internet

<1%

5

1library.co

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.ulasamericas.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

ri.ues.edu.sv

Fuente de Internet

<1%

8

bibliotecadigital.univalle.edu.co

Fuente de Internet

<1%

ANEXO N° 9: ACTA DE ORIGINALIDAD



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0171-FACEM-USS-2019, presentado por el Bachiller, ELVIS ELÍAS VALLEJOS BAUTISTA, con su tesis Titulada: “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DEMUNA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN IGNACIO-CAJAMARCA, 2018”

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 21% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de Directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 26 de octubre del 2021.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and curves, positioned above a horizontal line.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.