



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE
LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMAS,
2020**

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

Autora

**Bach. Mori Cachique, Ety Elisabeth
<https://orcid.org/0000-0002-2381-8206>**

Asesor

**Dr. Merino Núñez Mirko
<https://orcid.org/0000-0002-8820-6382>**

Línea de Investigación.

Gestión Empresarial y Emprendimiento.

**Pimentel - Perú
2022**

Hoja de aprobación de jurado

TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN
EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE LAMAS, 2020**

Presidente:

Mg. Falla Gómez Carolina de Lourdes

Secretario:

Dr. Merino Núñez Mirko

Vocal:

Mg. Balarezo Jaime Luis Fernando

Dedicatoria

De manera especial y con todo el amor del mundo dedico mi tesis a mi mamá Rosmeri, por ser la persona que me impulsó y me apoyó durante todo este proceso de estudio, sobre todo, por incentivar me a elaborar esta investigación, para llegar ser una futura y exitosa administradora.

A mi querido hermano Petter, quien con su palabra de aliento me motivó para que siguiera adelante, sea perseverante y cumpla con mis objetivos, también por haber depositado su confianza en mi persona y por ser parte de toda mi vida junto a mi pequeño sobrinito Jhon Dalthon.

Agradecimiento

Ante todo, agradecer a Dios, por ser mi guía espiritual.

A los docentes de la Universidad Señor de Sipán por los conocimientos brindados durante estos cinco años de constante aprendizaje, por los consejos y observaciones; las que me servirán durante toda mi vida profesional.

A los especialistas quienes aportaron sus conocimientos respecto al tema; y, a los asesores de tesis, por el tiempo, dedicación y compromiso; para dar culminación a la presente tesis.

A mis dos grandes amigos, Jagaira y Luis por los buenos momentos que hemos compartido, por brindarme su cariño, consejo y apoyo incondicional durante el largo proceso universitario.

A mis compañeros, amigos y jefes de la empresa project services solution por haber estado constantemente junto a mí e incluso en los momentos más turbulentos, este proyecto no fue fácil, pero conté con la presencia de grandes personas quienes me estuvieron motivando hasta donde el alcance lo permitía.

A todos ellos muchas gracias de corazón

Resumen

En esta investigación se consideró el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración en una municipalidad en Lamas, 2020; la metodología utilizada tuvo un tipo de investigación aplicado, con visión de tipo cuantitativo, y un nivel de estudio correlacional, se eligió un diseño no experimental y para la recolección de datos se escogió el corte transversal. Se logró recolectar datos de 52 usuarios de la municipalidad, quienes estuvieron conformes con la entrega de datos relevante para este estudio a través de encuestas. Los resultados según el estadístico rho de Spearman muestran que existe correlación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios (significación asintótica bilateral menor a 0.05). En cuanto al grado de correlación, este es fuerte y positivo (coeficiente de correlación igual a 0.532). Se concluye que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración en una municipalidad provincial ubicada en Lamas, 2020. Este resultado es significativo e importante, ya que permitió cerrar brechas teóricas relacionadas a las variables de estudio.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción de los usuarios, significación asintótica, relación significativa.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between quality of service and user satisfaction in the area of administration in a provincial municipality located in Lamas, 2020; the methodology used was applied research, with a quantitative approach, and a correlational level of analysis, a non-experimental design was chosen and a cross-sectional approach was used for data collection. Data was collected from 52 users of the municipality, who were satisfied with the delivery of relevant data for this study through surveys. The results according to Spearman's rho statistic show that there is a significant correlation between service quality and user satisfaction (bilateral asymptotic significance less than 0.05). The degree of correlation is strong and positive (correlation coefficient equal to 0.532). It is concluded that there is a significant relationship between service quality and user satisfaction in the area of administration in a provincial municipality located in Lamas, 2020. This result is significant and important, since it allowed closing theoretical gaps related to the variables under study.

Key words: Service quality, user satisfaction, Asintótica meaning, significant relationship.

Índice de Contenido

Hoja de aprobación de jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Palabras clave	v
Abstract	vi
Key words	vi
Índice de Contenido	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	x
INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Trabajos previos	13
1.3 Teorías relacionadas al tema	18
1.4 Formulación del problema	28
1.5 Justificación e importancia del estudio	29
1.6 Hipótesis	30
1.7 Objetivos de la investigación	30
1.7.1 Objetivo general	30
1.7.2 Objetivos específicos	31
II. MATERIAL Y MÉTODO	32
2.1 Tipo y diseño de la investigación	32
2.2. Variables y operacionalización	32
2.3. Población y muestra	36
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validación y confiabilidad	36

2.5. Procedimiento de análisis de datos.....	38
2.6. Criterios éticos.....	39
2.7. Criterios de rigor científico.....	39
III. RESULTADOS.....	41
3.1 Tablas y Figuras.....	41
3.2 Discusión de resultados.....	53
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS.....	58
ANEXOS.....	63
Anexo N° 01: Matriz de Consistencia.....	63
Anexo N°02: Cuestionario de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios .	65
Anexo N°03: Validación por juicio de expertos.....	67
Anexo N°04: Carta de presentación firmado por la Escuela de Administración USS.	79
Anexo N°05: Carta de cargo firmado en la empresa donde se realiza la investigación	80
Anexo N°06: Resolución del Proyecto.....	81
Anexo N°07: FORMATO N°1 T1.C1.....	85
Anexo N°08: Declaración Jurada.....	86
Anexo N°09: Fotos de aplicación de la encuesta.....	87
Anexo N°10: Turnitin.....	88
Anexo N°11: Acta de aprobación de originalidad de trabajo de investigación.....	89

Índice de Tablas

<i>Tabla 1. Operacionalización de la Calidad de Servicio</i>	34
<i>Tabla 2. Operacionalización de Satisfacción de los Usuarios</i>	35
<i>Tabla 3. Validación por expertos</i>	37
<i>Tabla 4: Confiabilidad de Alfa de Cronbach de la Calidad de Servicio</i>	38
<i>Tabla 5: Confiabilidad de Alfa de Cronbach de la Satisfacción del Usuario</i>	38
<i>Tabla 6: Estadísticos descriptivos generales</i>	41
<i>Tabla 7: Variable Calidad de Servicio</i>	43
<i>Tabla 8: Dimensión de Elementos Tangibles</i>	44
<i>Tabla 9: Dimensión de Fiabilidad</i>	45
<i>Tabla 10: Dimensión de Capacidad de Respuesta</i>	46
<i>Tabla 11: Dimensión de Empatía</i>	47
<i>Tabla 12: Satisfacción de los Usuarios</i>	48
<i>Tabla 13: Dimensión de Niveles de Satisfacción</i>	49
<i>Tabla 14: Dimensión de Expectativas</i>	50
<i>Tabla 15: Dimensión de Rendimiento Percibido</i>	51
<i>Tabla 16: Correlación entre el Satisfacción de los Usuarios y la Satisfacción de los Usuarios</i>	52
<i>Tabla 17: Correlación entre el Calidad de Servicio y las dimensiones del Satisfacción de los Usuarios</i>	52

Índice de Figuras

<i>Figura 1: Variable calidad de servicio</i> _____	43
<i>Figura 2: Dimensión de elementos tangibles</i> _____	44
<i>Figura 3: Dimensión de fiabilidad</i> _____	45
<i>Figura 4: Dimensión de Capacidad de Respuesta</i> _____	46
<i>Figura 5: Dimensión de empatía</i> _____	47
<i>figura 6: Satisfacción de los usuarios</i> _____	48
<i>Figura 7: Dimensión de niveles de satisfacción</i> _____	49
<i>Figura 8: Dimensión de expectativas</i> _____	50
<i>Figura 9: Dimensión de rendimiento percibido</i> _____	51

INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Contexto internacional

La calidad del servicio hacia grado universal surgió al rededor del Siglo XX desde la vivencia de los negociantes de aquella etapa, donde no únicamente se teorizaba la atención positiva en productos/servicios de calidad, sino que además sean satisfactorios. El fin primordial ha sido satisfacer en que atención al comprador o cliente de aquel instante y en sus diferentes procesos de atención.

Sobre el problema de la satisfacción de los clientes en los servicios del estado, se analiza desde una perspectiva internacional en donde el creador (Poveda, 2017) en el país hermano de Costa Rica, donde investiga que la calidad en el servicio es el factor con mayor impacto en la complacencia que pueden lograr los consumidores de cualquier sociedad.

Novoa, (2019) indica que a nivel internacional, los inconvenientes que poseen los habitantes para hacer diversos tipos de trámites: al instante de hacer el trámite aproximadamente el 40% tiene problemas por una inadecuada infraestructura, una vez que hace referencia a la cortesía aproximadamente al 20% sugiere existente tardanza, con en relación con la formalidad aproximadamente el 30% muestra problemas, con en relación a la averiguación de información aproximadamente el 10% reportó que está problemas pues se presenta en áreas donde no corresponde ser atendido.

Los investigadores Beneke al (2017) indican que, en los supermercados sudafricanos, según los reportes de satisfacción, necesitan invertir en establecer la calidad de servicio priorizando entre sus estrategias de perfeccionamiento por las instalaciones y la capacitación del personal. A su vez recomienda a los empresarios que inviertan en I+d para que logren superar ampliamente a las posibilidades que puedan tener los clientes.

Contexto nacional

La problemática nacional sobre la calidad de servicio y principalmente sobre la satisfacción de los usuarios y/o usuarios de servicios gubernamentales, según

Cabrera (2019) informa las expectativas en el Perú, en participación de los clientes, ha cambiado de manera importante debido al despeje económico de los últimos 20 años, a pesar de su desaceleración en los últimos años.

Actualmente los clientes suelen ser mucho más exigentes y tener expectativas más altas respecto a la calidad del producto, a la consideración que recibirán y también se encuentra mucho mejor informados sobre el abanico de opciones y están más dispuestos a exponer sus quejas de manera directa hacia la compañía o por internet.

Por esta razón, ahora es más importante que las empresas y organizaciones al interior del país conozcan y consideren las expectativas de los consumidores para como mínimo mantenerlas y en caso fuese posible superarlas.

La SUNARP, como empresa estatal, pertenece al Estado Peruano y realiza actividades contractuales tales como el acceso adecuado y oportuno a la información sobre la propiedad. Sin embargo, estamos lidiando con un alto nivel de informalidad, burocracia y corrupción. Tres cánceres que han aquejado a nuestras propias instituciones y parecen incurables. Lo que más me preocupa es la falta de un plan claro y concreto para enfrentarlos directamente. (Lazarte, 2018).

El autor Benzaquen (2017) explica que el cambio histórico en el Perú, en relación a la apreciación y búsqueda de la calidad en el servicio comienza en la década de los 80 y es por este motivo que en el año 1989 se crea la primera junta de gerencia de calidad y que desde sus orígenes fue creciendo en miembros, llegando a la actualidad en la que incorpora numerosas asociaciones gremiales y educativas; este comité intenta promover e implementar medidas sobre calidad que le brinde la oportunidad al país de que pueda exportar sin dificultad al comercio exterior, que suele establecer estándares de calidad más alto a los del mercado local; ya que buscan dar satisfacción a una expectativa cada vez más alta de los clientes, de modo les pueda tener satisfechos.

Contexto local

Las municipales provinciales son las instituciones gubernamentales las que tienen peor imagen porque al tener contacto permanente los usuarios de la provincia. Sin embargo, el propósito de las Municipalidad es servir, Los funcionarios

municipales suelen tener como prioridad enfocarse más en los protocolos que tener orientación a brindar una excelente experiencia a los usuarios, logrando satisfacerlos a través de un servicio de calidad. Esto puede explicar que, de la municipalidad Provincial de Lamas, el diagnóstico permite observar que los usuarios no se encuentran satisfechos plenamente con el servicio que reciben por parte de los funcionarios de la municipalidad Provincial de Lamas. El nivel de satisfacción de los usuarios varía en función de la calidad del servicio que reciben los usuarios, la calidad del servicio lo que rige el de la velocidad de atención de las quejas, reclamos, solicitudes; el costo por los permisos y licencias, y que estos se encuentren regidos según el beneficio de los permisos. De modo que el resultado de este trabajo permita analizar al gerente municipal a dar prioridad a la calidad de servicio para que tenga un impacto de sobre la satisfacción de los usuarios.

1.2 Trabajos previos

Nivel internacional.

Ecuador

Gómez (2019) tituló "Diagnóstico de Calidad y la Satisfacción de los potenciales clientes de Greenandes, Guayaquil". Este autor considera que como objetivo primordial en diagnosticar el estado de calidad y satisfacción del servicio. Este trabajo de investigación fue descriptivo, cuantitativo y no experimental – transversal. La población era de todos los clientes de Greenandes, y había 180 personas en la exhibición. Esta investigación permitió sacar la conclusión de que, en la mayoría de los casos, los compradores perciben la calidad del servicio peor de lo esperado, con una mayor brecha entre la expectativa y la realidad en las magnitudes de confiabilidad y suficiencia. En consecuencia, se recomienda que la empresa reduzca todos los aspectos negativos de la calidad del servicio, pero priorice aquellos en los que la diferencia sea mayor.

Ecuador

Vera (2018) tituló el trabajo "Calidad de la atención relacionadas con la satisfacción de los usuarios del Nosocomio Gral. de Guayaquil". La indagación ha sido del tipo detallado no correlacional, de diseño no empírico y transversal.

Población captada presente fue constituida por un total de 4950 personas, y muestra de 35. La técnica usada ha sido la encuesta, siendo el instrumento de 02 formularios. Se concluye que los nosocomios tienen que hacer las gestiones elementales internamente, tanto en la atención como en la utilización palabras menos técnicas para su comprensión, en ese sentido se logre brindar un servicio de excelencia hacia la ciudadanía.

Ecuador

López (2018) en un proyecto de tesis de “calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Rachy’s ubicada en Guayaquil”. Este estudio empleó una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa), sirviendo como instrumento el modelo de preguntas SERVQUAL. Según los hallazgos de la investigación, existe insatisfacción entre los clientes con respecto a la empatía y prontitud en las respuestas de la empresa a los clientes. El estudio también nos autorizar en concluir que existe una relación estadística recta, fuerte y significativa, entre las variables estudiadas. El autor recomienda una planificación de progreso en la calidad del servicio a través de capacitaciones y talleres a los colaboradores del restaurante Rachy's.

Ecuador

Intriago Ortiz & Mendoza Jiménez (2017) em la tesis titulada “diseño de un modelo SERVQUAL a fin de cuantificar la satisfacción de los clientes de la empresa Disney Park – Quito”. Estos autores consideraron como su objetivo general el diseñar un modelo SERVQUAL que mida el nivel de satisfacción de los clientes para poder arreglar la calidad de servicio de la empresa “Disney Park”. La información fue de tipo descriptivo. Los resultados obtenidos por Intriago & Mendoza muestran que los clientes están insatisfechos con el nivel de seguridad alcanzado por la empresa a su vez que lo limitado de la información proporcionado a los clientes les parece insuficiente. Estos investigadores comendaron un plan de mejora continúa enfocado en la calidad de servicio para satisfacer a los clientes de la empresa Disney Park.

Ecuador

Sosa (2017) tituló su información como "Estudio la calidad de servicio al comprador ofrecida en las Agencias de las localidades en Riobamba, Latacunga, Guaranda y Ambato utilizando SERVQUAL", indagación de tipo correlacional, se tuvo una muestra de 1534 pacientes, por medio del instrumento de la encuesta, concluyendo que la calidad del servicio es deficiente, además sugiere la existente de algunas oficinas con mejor calidad como es la oficina de Guaranga.

Nivel nacional.

Lima

Gamarra & Boluarte (2020) tituló su trabajo "Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Chefoods SAC, Lima 2020". La investigación tuvo como objetivo determinar el grado de interacción entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en San Juan de Miraflores. Fue una tesis enfocada cuantitativamente con un diseño correlacional detallado. Se aplicó a los docentes de la UGEL que estaban trabajando en algún trámite y participaban voluntariamente. Se utilizaron dos encuestas de escala Likert. Se determinó que hubo una alta correlación en el medio de los cambios, siendo la r de Pearson igual a 0.7145. Además, el nivel de calidad del servicio fue satisfactorio y la mayoría de los usuarios quedaron satisfechos con él.

Tacna

Rivera (2020) en "La calidad del servicio en la satisfacción del consumidor de Plaza Vea – Tacna", es su tesis. El objetivo del autor es comprender la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el supermercado Plaza Vea - Tacna. El estilo era básico y el diseño no era experimental ni transversal. Con un total de 491 clientes, su población representa la totalidad de la población de este supermercado. Los resultados obtenidos por Rivera nos permiten decretar el nivel de correlación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, la cual es una correlación positiva y fuerte con un coeficiente $Rho - Spearman$ de 0.693. Se concluye que hay una relación entre las variables en este supermercado.

Lima

Huerta (2018) Trabajo de tesis titulado "La calidad del servicio en Plaza Veá - San Juan de Lurigancho en cuanto a la satisfacción del cliente". El objetivo general del autor es evaluar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Plaza Veá - San Juan de Lurigancho. La investigación utilizó como muestra a toda la población, arrojando un total de 384 clientes. Los resultados producidos por Huerta muestran que el 22,9% de los encuestados cree que la calidad del servicio es buena y el 60,4% cree que está muy satisfecho. El coeficiente Rho – Spearman es 0,867 basado en el nivel de correlación entre variables, lo que implica que existe una fuerte correlación directa entre la calidad de variables.

Lima

Rojas (2018) tituló su trabajo "Calidad en el servicio percibido y el nivel de satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Confort social y colaboración en la Municipalidad de Supe". La indagación ha sido del tipo elemental, diseño no empírico de corte transversal. La habitante captada presente considero a los usuarios que muestran demandas y/o consultas en las oficinas de la subgerencia de confort social y colaboración vecinal, con una muestra de 120 usuarios. La técnica que se usó ha sido la encuesta, considerando como instrumento al cuestionario aplicado en la investigación. En resumen, se prueba que sí existe correlación positiva en medio de las cambiantes, de conforme a los resultados estadísticos, percibiéndose satisfacción de parte de los usuarios.

Lima

Ruiz (2017) en su trabajo de tesis titulado "Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Plaza Veá de la comuna de Puente Piedra". El objetivo general de este autor es resolver la conexión entre la variable Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente en el supermercado Plaza Veá de la comuna de Puente Piedra, según lo demostrado por 800 de sus clientes. Los resultados obtenidos por el autor, encuentran que existe una relación directa – significativa entre las variables vistas y por ello el autor concluye que a través de

invertir y mejorar la calidad de servicio se logrará mejorar y con ello cumplir, con un objetivo de la empresa que es mejorar la satisfacción de todos sus clientes. Esta investigación permite observar que las acciones que dedique la organización hacia la mejora de la calidad de servicio, conseguir un reconocimiento por parte de los consumidores y con ello se irán superando las expectativas de los clientes, el enfoque no debería ser únicamente brindar un precio bajo.

Nivel local.

Quinteros (2020) tituló su trabajo “Interacción en la calidad del servicio y la satisfacción en usuarios de la UGEL de Lamas”. La investigación ha sido de tipo elemental, no empírica, con un diseño correlativo. Teniendo en cuenta un grupo de 127 profesores universitarios. Se utilizó el cuestionario como técnica de recolección de datos, y se desarrollaron dos fórmulas estructuradas y estandarizadas. Los principales hallazgos de la encuesta concluyeron que el estado de la calidad del servicio es regular en el 53% de los casos, deficiente en el 23% de los casos y bueno en el 24% de los casos. En una encuesta de satisfacción de los usuarios, se descubrió que el promedio es del 50%, con un 28 por ciento para bien y un 22 por ciento para mal. La conclusión general de la investigación estableció que existe una interacción.

Acosta (2020) tituló su trabajo "Calidad de servicio y satisfacción en usuarios de la SUNARP oficina Tarapoto, 2019", a través de un análisis y diseño esencial que busca establecer la interacción a través de los cambios analíticos , a través del procedimiento de revisión documental , con el instrumento, la técnica de revisión evidente aplicada a una muestra de 102 usuarios del servicio SUNARP, Consenso a la table de interacción, con un Rho Spearman de Sig. de 0,000 el $p > 0,005$, con un nivel de interacción de 0.535 , servicios de confirmación positiva médium, se acepta la premisa de la averiguación, o sea, existe interacción significativa entre la calidad de los servicios y la satisfacción de los usuarios.

García & Chávez Coronel (2017) escribieron una tesis titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en Almacenes de la Selva SAC”. El objetivo del autor es establecer la relación que existe en este mencionado negocio sobre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción que tienen sus clientes con la empresa.

Descriptivo – explicativo, con una asistencia de 60 clientes. Los autores Del García y Chávez obtuvieron un coeficiente de Rho de Spearman con un valor de 0.999 y una significancia de 0.000, lo que les permite concluir que existe una correlación directa – muy fuerte entre las variables de estudio, así como una significancia que les permite aceptar la hipótesis alternativa.

Vela (2017) en el estudio titulada “calidad de servicio y satisfacción de los clientes del restaurante El Primer Puerto”. El autor Vela concluye que existe una correlación de Pearson es 0.931 entre la variable Calidad de Servicio y la variable satisfacción del usuario de sus clientes, esto refleja que la correlación es inmerso y por lo que se deduce que la mejora en la calidad de servicio mejorará la satisfacción del usuario que tengan los clientes hacia la empresa “El Primer Puerto”, pero como caso contrario el brindar un servicio deficiente afectará en la confianza que tenga el cliente para volver a comer en el restaurante lo que afectaría su decisión de compra, este problema es grave en cualquier rubro pero de manera más perjudicial en el rubro de servicios.

Gutierrez (2017) titula su tesis como “Calidad del servicio y el rol del notario Guzmán en la Banda de Shilcayo, 2017” ,Luego de realizar una extensa investigación, este autor concluye que existe una fuerte correlación, ya que el coeficiente de correlación de Pearson es 0,883, lo que refleja una correlación estadísticamente significativa en ambas variables calidad del servicio y el cargo del Notario, a pesar de que muchos los encuestados consideran que el servicio que brinda la Notaria Gutiérrez no es superior al que brinda la Notaria .Por lo tanto , se recomienda que el notario realice una evaluación de riesgos de sus clientes .

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Calidad de servicio

1.3.1.1. Concepto de la calidad de servicio

Menciona Douglas (2016, pág. 6) se concibe a la calidad de servicio como el resultado de la unión de la perspectiva y la percepción de los clientes de algún producto y/o servicio. El cliente durante cada proceso comercial, realiza una confrontación de lo que espera recibir con lo que siente haber admitido y en función

de esta comparación determina si ha recibido un servicio de calidad.

Mientras Davidson (2020, pág. 12) Estima que la calidad de servicio viene a ser la práctica que se ha hecho y ejecutado por las organizaciones para comprender las diferentes fatalidades y las expectativas de los clientes, para dar vigor en ofrecerles un servicio que se visualice perceptible, especializado, accesible, oportuno, veras y seguro.

1.3.1.2. El coste de la calidad al cliente

Gallardo & Reynaldos (2014) considera que la calidad de cliente y la ausencia de esta tiene un costo oculto para las empresas, ya que es mejor mantener satisfecho a los clientes que actualmente realizan la compra que es mucho menor al costo de obtener un cliente nuevo.

Por este sentido financiero, las empresas deberían invertir más en mantener satisfechos a sus clientes actuales que en buscar obtener nuevos clientes. Además, afirma que los clientes verdaderamente satisfechos forman parte de nuestra estrategia de expansión ya que son agentes de promoción más eficientes que hay en las organizaciones.

1.3.1.3. Medición de la calidad de servicio

Setó (2014, pág. 12) considera muy relevante medir el nivel de la calidad del servicio el cual ofrecemos al público de manera periódica porque esto permitirá conocer si nuestros clientes consideran nuestro servicio de calidad. El autor Setó, considera que existen múltiples métodos para repercutir la calidad del servicio, siendo la encuesta el método más utilizado porque tiene una ventaja de ser simple, claro y sencillo de aplicar, pero a la vez tiene una desventaja que es el grado de reactividad.

Considera también que es importante el uso de métodos indirectos sobre la calidad del servicio y estos son las incomodidades de los usuarios y adquisiciones repetitivas.

1.3.1.4. Dimensiones de la calidad de servicio

Parasuraman & Baptista (1992) realizaron un profundo estudio sobre la calidad del servicio, determinando las dimensiones y elementos más significativos de la siguiente manera:

Elementos tangibles:

La dimensión de elementos tangibles se encuentra relacionados con todos los aspectos físicos, observables que involucren la actividad comercial de las empresas, estos se encuentran en diferentes áreas como:

1) Espacio de atención al cliente, en el lugar físico de atención es relevante el color de la oficina, tienda, etc; las dimensiones, el tamaño, el grado de limpieza, la tecnología que se utiliza, los uniformes, etc.

2) Forma del producto, servicio: La forma de distribución, la estética, el diseño, etc.

Esta dimensión, se enfoca en lo que el cliente puede visualizar simple y directamente, que los clientes pueden tocar y que por lo tanto la empresa debe tener un cuidado exagerado para cuidar de los espacios observables que definen permanentemente la posibilidad de compra.

Fiabilidad:

La dimensión de fiabilidad se encuentra relacionados con la capacidad de las empresas de poder ofrecer el servicio que han ofrecido (promesa de venta), en la forma, tiempo, costo, plazos, lugar que se ofrecieron.

En esta dimensión se considera la eficiencia y eficacia para elaborar los productos / servicios prometidos.

En esta dimensión se debe hacer mucha reflexión sobre lo que los clientes consideran calidad en el servicio para que eviten permanentemente el incumplimiento de estos indicadores y puedan ser fiables.

Capacidad de respuesta:

Mencionada dimensión está relacionada con capacidad de las empresas a fin de facilitar respuesta a las necesidades de sus clientes, las cuales se resumen en solicitudes, peticiones, quejas y reclamos. El límite de la capacidad de respuesta hace un enfoque en el nivel de productividad de la organización, mientras más productiva sea mejor capacidad de respuesta tendrá para estudiar las solicitudes, pedidos, quejas y reclamos, de los clientes.

Desde el límite de suficiencia de respuesta sujeta un efecto en la productividad de la organización; cuanto mayor sea la productividad, mayor será la capacidad de respuesta para fijarse en las solicitudes, quejas de los clientes.

Seguridad:

La dimensión de seguridad se encuentra relacionado con el desempeño, experiencia, conocimiento y destreza de la empresa y sus colaboradores para que los clientes sientan permanentemente que no hay motivos para preocuparse durante la operación comercial. Es decir que mientras mayor seguridad proyecte la organización menor será el temor que tendrán los clientes de realizar cualquier operación comercial con la institución.

Para el logro de esta dimensión la empresa deberá tener un enfoque proactivo hacia las inseguridades de los clientes, y trabajar en prevenir situaciones que podría desarrollar temor en los clientes. Para este proceso la empresa deberá establecer protocolos de estandarización en el servicio, protocolos de seguridad, etc.

Empatía:

La dimensión de empatía se encuentra relacionado con la percepción de los clientes de que cada vez que son atendidos por parte de cualquier colaborador de la organización el trato es personalizado, no existen prisas y existe un genuino interés del colaborador por brindarle una experiencia satisfactoria, sea en un proceso de venta, atención a reclamos, etc.

La empatía solo es posible cuando hay una conexión entre dos individuos y para ello es indispensable y primordial la comunicación verbal y no verbal entre los individuos. Por lo que la empresa tiene la obligación en preparar a sus trabajadores a fin de entender el lenguaje verbal y no verbal de los clientes y pueda resolver de la mejor manera satisfactoria cualquier proceso que se apertura.

1.3.1.5. Impacto de la calidad en el servicio

Según el autor Vértice (2015, pág. 121) la influencia de la calidad del servicio es completamente significativa para toda la sociedad y someterse de la captación de calidad que abarquen los clientes. La novedad de un producto, la familiaridad del producto o los motivos de compra son divisores que inciden en la aceptación de la calidad.

Es importante considerar la competencia a nivel global, el cual se incrementa con el paso del tiempo y que la única opción que existe es la de volvernos cada vez más competitivos ofreciendo cada vez mayor calidad en nuestro servicio si queremos seguir siendo una opción relevante para nuestros clientes.

En la actualidad los clientes cada vez disponen de una mayor oferta, y también de mayor cantidad de información, lo que los convierte en clientes más exigentes y menos satisfechos

1.3.2 Satisfacción del cliente

1.3.2.1 Definición de la satisfacción del cliente

El autor Setó (2014, pág. 124) hace mención que la satisfacción del cliente viene a ser la circunstancia y anímico con el que los clientes de las organizaciones, internos o externos, los que se perciben sus expectativas al realizar una compra personal.

Este mismo autor, menciona que actualmente las empresas tienen que buscar satisfacer de manera más plena a sus clientes ya que se aligera con el peligro de abandonar por el exceso de competencia que hace degradado a la clase de satisfacción del usuario de los clientes de las marcas.

Por esta razón Seto considera que el área de marketing se está convirtiendo en el área funcional principal y que se conecta con las otras áreas como: Operaciones, finanzas, ventas, etc.

1.3.2.2. Elementos que conforman la satisfacción del cliente

Setó (2014) considera que, en el proceso de la satisfacción a los clientes, se pueden distinguir tres áreas separadas:

El rendimiento percibido:

La percepción del rendimiento es la visión individual de los clientes en conexión al valor recibido por la empresa u organización. Otra forma de conceptualarlo es el resultado de lo que el cliente siente en el intercambio comercial.

Características del rendimiento:

- 1) El análisis lo realiza el cliente de manera individual, no la organización.
- 2) Toma como input lo ocurrido durante el intercambio comercial.
- 3) Es subjetivo, acondicionado por el estado anímico del cliente previo al proceso comercial.
- 4) Puede ser influenciado por el entorno del cliente.

Las expectativas:

Setó (2014) señala que las expectativas es la visión que tiene el cliente en la recepción del producto, es la forma en la que el cliente considera que debe realizarse el comercio: Tiempo, costo, forma, etc. Siendo las expectativas condicionadas por las siguientes situaciones.

- 1) Promesas de la empresa al cliente (publicidad)
- 2) Experiencias obtenidas en anteriores compras. (Experiencias previas)
- 3) Entorno (amigos, familiares, líderes de opinión, etc)
- 4) Promesas de la competencia (publicidad contraria)

Es relevante definir las expectativas de manera clara y precisa, ya que unas expectativas muy bajas generaran poco interés en los clientes por lo que no motivará las compras y unas expectativas muy altas generaran insatisfacción en los clientes y reducirá la satisfacción del usuario.

Los niveles de satisfacción:

Según Setó (2014) considerados niveles un cliente puede encontrarse de manera posterior a la compra, es decir este cliente después de comprar puede estar insatisfecho, satisfecho o complacido. Se entiende lógicamente que mientras más satisfecho se encuentren los clientes mayores es la posibilidad de que el cliente vuelva a realizar compras en la misma empresa.

Insatisfacción:

La insatisfacción del cliente ocurre cuando las expectativas del cliente no superan el desempeño percibido en el proceso comercial.

Satisfacción:

La satisfacción del cliente ocurre cuando las posibilidades del cliente se alinean con el desempeño observado durante el proceso de ventas.

Complacencia:

El estado de insatisfacción en los clientes se presenta cuando en el proceso comercial se cumplen o superan las expectativas del cliente.

De estos niveles de satisfacción se desprende el tipo de lealtad de los clientes hacia las marcas.

Deslealtad condicionada por la insatisfacción de los clientes, hace que el cliente cambie la marca hacia otra nueva o con quién haya tenido una mejor experiencia.

Lealtad condicionada por la satisfacción de los clientes, que se mantienen leales a la empresa hasta el punto que encuentren una nueva marca que “prometa” un mejor producto, servicio, atención, etc.

Lealtad incondicional por la complacencia de los clientes, son clientes evangelizadores, desarrollan afinidad emocional.

1.3.2.3. Formas de lograr la satisfacción del cliente

El autor Setó (2014) establece mecanismos que permitirán a las organizaciones a satisfacer a los clientes.

1. Ofrecer un producto de calidad:

Es posible satisfacer a un cliente cuando entregamos un producto que está bien elaborado, tiene buenos ingredientes, tiene un diseño hermoso, es duradero y satisface las necesidades del cliente.

2. Cumplir con lo ofrecido:

Se puede conseguir satisfacer a un cliente cuando cumplimos lo que ofrecemos en nuestra publicidad, promociones, etc. Es decir que, si el producto durará tanto tiempo, el producto duré ese tiempo; que, si decimos que el producto llegará en tanto tiempo, el producto llegué en ese tiempo; etc.

3. Brindar un buen servicio al cliente:

Puede conseguir satisfacer a un cliente cuando hacemos que los clientes se sientan bien recibidos, sientan un ambiente cómodo y agradable, un buen trato y una rápida atención.

4. Ofrecer una atención personalizada:

Se puede conseguir satisfacer a un cliente cuando empleamos el buen trato a nuestros clientes de manera especial, cuando buscamos ofrecer un producto diferenciado y exclusivo a sus necesidades, cuando conseguimos segmentar bien nuestro producto y servicio de modo que los clientes se sientan atendidos de manera especial.

5. Brindar una rápida atención:

Se puede conseguir satisfacer a un cliente cuando se les atiende de manera

rápida y eficiente, resolviendo en el menor plazo posible las consultas, dudas, solicitudes, quejas y problemas de los comensales.

1.3.2.4. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Horovitz (2014) considera que existen numerosos beneficios de conseguir para satisfacer a los clientes, aunque en la actualidad manifiesta que debería ser una obligación satisfacerlos.

1. Los beneficios de satisfacer a los clientes son:

1.1. Primer Beneficio:

Los clientes satisfechos, vuelven a comprar. La empresa rentabiliza la fidelidad y se mejora, el ratio de cliente – consumo.

1.2. Segundo Beneficio:

Los clientes satisfechos son evangelizadores, porque invitan a otros a consumir nuestro producto, por lo que podemos incrementar nuestra tasa de ventas.

1.3. Tercer Beneficio:

Los clientes satisfechos, dejan de comprarle a la competencia; lo que nos posiciona mejor en el market share.

Se pueden resumir los tres beneficios de las empresas que satisfagan a sus clientes como: 1) Incremento de la lealtad de los clientes, 2) sistema de difusión gratuita y más efectiva y 3) incremento en la participación del mercado.

1.3.2.6. Dimensiones de la satisfacción del cliente

Setó (2014) considera la satisfacción a los clientes, se puede dimensionar en tres:

El rendimiento percibido:

La percepción del rendimiento es la visión individual de los clientes en relación al valor recibido por la empresa u organización. Otra forma de conceptuarlo es el

resultado de lo que el cliente siente en el intercambio comercial.

Características del rendimiento:

- 1) El análisis lo realiza el cliente de manera individual, no la organización.
- 2) Toma como input lo ocurrido durante el intercambio comercial.
- 3) Es subjetivo, condicionado por el estado anímico del cliente previo al proceso comercial.
- 4) Puede ser influenciado por el entorno del cliente.

Las expectativas:

Setó (2014) señala que las expectativas es la visión que tiene el cliente en la recepción del producto, es la forma en la que el cliente considera que debe realizarse el comercio: Tiempo, costo, forma, etc. Siendo las expectativas condicionadas por las siguientes situaciones.

- 1) Promesas de la empresa al cliente (publicidad)
- 2) Experiencias obtenidas en anteriores compras. (Experiencias previas)
- 3) Entorno (amigos, familiares, líderes de opinión, etc)
- 4) Promesas de la competencia (publicidad contraria)

Es relevante definir las expectativas de manera clara y precisa, ya que unas expectativas muy bajas generaran poco interés en los clientes por lo que no motivará las compras y unas expectativas muy altas generaran insatisfacción en los clientes y reducirá la satisfacción del usuario de los clientes.

Los niveles de satisfacción:

Los niveles de satisfacción, según Setó (2014) son los que un cliente puede encontrarse de manera posterior a la compra, es decir este cliente después de comprar puede estar insatisfecho, satisfecho o complacido. Se entiende lógicamente que mientras más satisfecho se encuentren los clientes mayores es la probabilidad de que el cliente vuelva a realizar compras en la misma empresa.

Insatisfacción:

La insatisfacción del cliente se produce cuando las expectativas del cliente superan el desempeño percibido en el proceso comercial.

Satisfacción:

La satisfacción del cliente ocurre cuando las expectativas del cliente coinciden con el desempeño percibido durante el proceso de venta.

Complacencia:

Los clientes quedan insatisfechos cuando se cumplen o superan sus expectativas en el proceso comercial.

De estos niveles de satisfacción se desprende el tipo de lealtad de los clientes hacia las marcas.

Deslealtad condicionada por la insatisfacción de los clientes, hace que el cliente cambie la marca hacia otra nueva o con quién haya tenido una mejor experiencia.

Lealtad condicionada por la satisfacción de los clientes, que se mantienen leales a la empresa hasta el punto que encuentren una nueva marca que “prometa” un mejor producto, servicio, atención, etc.

Lealtad incondicional por la complacencia de los clientes, son clientes evangelizadores, desarrollan afinidad emocional.

1.4 Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio del área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020?

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020?

¿Cómo se valida la calidad de servicio con la dimensión de rendimiento percibido de la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas, 2020?

¿Cómo se valida la calidad de servicio con la dimensión de expectativas de la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas, 2020?

¿Cómo se valida la calidad de servicio con la dimensión de niveles de satisfacción de la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas, 2020?

1.5 Justificación e importancia del estudio

Justificación metodológica

La justificación metodológica de la calidad del servicio en el Municipio Provincial de Lamas y la satisfacción de los usuarios de este municipio se obtuvo luego de la validación del cuestionario que se utiliza como instrumento, y la consistencia de los mismos ítems del cuestionario mediante del Alfa de análisis alfa de Cronbach.

Justificación teórica

La justificación teórica de la calidad del servicio en el Municipio Provincial de Lamas y la satisfacción de los usuarios de este municipio se obtuvo luego de la presentación de evidencia científica para establecer una conexión estadísticamente reveladora entre las variables de estudio, y un análisis teórico de las variables: calidad del servicio con el autor Douglas (2016, p. 45) quien se concibe a la calidad del servicio. Durante cada proceso comercial, el cliente compara lo que espera alcanzar con lo que cree haber recibido y, en base a esta comparación, determina si

ha recibido un servicio de calidad y está satisfecho con el autor. Setó (2014, p. 124) menciona la satisfacción del cliente al igual que el estado emocional en que se encuentran los clientes de las organizaciones, ya sean internas o externas, cuando comparan lo que perciben con sus expectativas personales.

Justificación práctica

La justificación práctica de la calidad del servicio en el Municipio Provincial de Lamas y la satisfacción de los usuarios de este municipio se obtuvo al comprender los beneficios de la investigación que vincula la calidad del servicio con la satisfacción del cliente del municipio; de esta manera, podremos mejorar de modo significativo, la satisfacción de los clientes en la municipalidad de Lamas.

Importancia

Es importante ya que la elaboración de la investigación permite llegar a comprender la mecánica de la calidad del servicio para mejorar el nivel de satisfacción del usuario, esto servirá a su vez como punto referencial para mejorar su índice de satisfacción mediante la mejora de la calidad del servicio en el futuro.

1.6 Hipótesis

Ha: Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

Ho: No existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

1.7 Objetivos de la investigación

1.7.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020.

1.7.2 Objetivos específicos

Diagnosticar la percepción de calidad de servicio que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

Diagnosticar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de rendimiento percibido de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de expectativas de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de niveles de satisfacción de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de la investigación

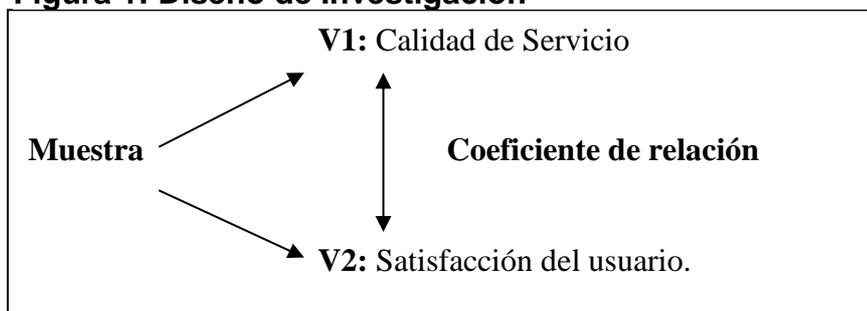
Tipo de investigación.

Era de la variedad descriptiva - correlativa. Según Hernández et al (2010, p.81) esta investigación es descriptiva porque busca conocer la percepción de calidad del servicio y el grado de satisfacción que tiene los usuarios municipales, específicamente del área de administración en la Municipalidad Provincial de Lamas, 2020; ya su vez esta investigación es correlacional, el autor Hernandez Sampieri (2014) se quiere conocer la relación con las variables de estudio.

Diseño de investigación.

El estudio tiene un diseño no experimental y transversal. No fue experimental porque, según Hernández Sampieri (1991) el autor no realizará manipulaciones sobre el desarrollo de variables en su entorno, y será transversal porque, según Sánchez, Reyes & Megía Sáenz (2018) las investigaciones transversales son aquellas que se realizan mediante la recogida de datos en un momento determinado y no habrá otro proceso de recogida de datos.

Figura 1: Diseño de Investigación



Fuente: Elaboración Propia.

2.2. Variables y operacionalización

2.2.1. Variables

Variable calidad de servicio

Definición conceptual

Douglas (2016, pág. 145) se concibe como la consecuencia de la unión de la

expectativa y la percepción de los clientes de algún producto y/o servicio. El cliente durante cada proceso comercial, realiza una comparación de lo que espera recibir con lo que siente haber recibido y en función de esta comparación determina la calidad del servicio.

Definición operacional

Es posible definir cómo el valor de los elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía pueden ser utilizados para determinar el estado de la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Lamas.

Variable satisfacción de los usuarios

Definición conceptual

Según Setó (2014, p. 124) la satisfacción del cliente es el estado emocional en el que se encuentran los clientes de las organizaciones, ya sean internas o externas, cuando comparan lo que perciben con sus expectativas personales.

Definición operacional

La satisfacción del cliente puede definirse como la media aritmética de las dimensiones de los Niveles de Satisfacción, Expectativas y Rendimiento Percibido; esto puede ser utilizado para determinar el estado de satisfacción del cliente en el Municipio de Lamas.

2.2.1. Operacionalización de variables

Tabla 1.
Operacionalización de la calidad de servicio

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Índice	Ítem	Técnicas / Instrumentos	Escala de medición	
Calidad de Servicio	Douglas (2016, p. 45) se concibe como el resultado de la unión de la expectativa y la percepción de los clientes de algún producto y/o servicio. El cliente durante cada proceso comercial, realiza una comparación de lo que espera recibir con lo que siente haber recibido y en función de esta comparación determina la calidad del servicio.	Elementos Tangibles	Espacios.	1	Los ambientes municipales cuentan físicamente con espacio para el desplazamiento cómodo de los usuarios.	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	Likert, Ordinal, 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre.	
			Atractivo visual.	2	Los ambientes municipales cuentan con un atractivo visual.			
			Limpieza.	3	La municipalidad cuenta con todas sus áreas impecables, permitiendo atender de manera adecuada.			
			Exhibición.	4	El diseño interior que exhibe la municipalidad propicia un ambiente agradable.			
			Personal.	5	Los funcionarios municipales siempre están correctamente uniformados.			
			Atención.	6	Los funcionarios municipales siempre están preparados para atender a los usuarios.			
			Precisión de información.	7	Los funcionarios municipales siempre brindan información precisa a los usuarios.			
			Cumplimiento de promociones.	8	La municipalidad cumple con los compromisos que ofrece a los usuarios.			
			Tiempo en cola.	9	Los usuarios no esperan mucho tiempo en la cola.			
			Atención rápida.	10	Los funcionarios municipales siempre buscan atender de manera eficaz a los usuarios.			
			Conocimientos.	11	Los funcionarios municipales están preparados para resolver las preguntas de los usuarios.			
			Seguridad.	12	Se siente seguro dentro de la municipalidad.			
			Cortesía.	13	Los funcionarios municipales le tratan con cortesía y respeto.			
			Empatía	Orientación al cliente.	14			Los funcionarios municipales muestran un interés genuino por las necesidades de los usuarios.
					15			Los funcionarios municipales muestran un interés genuino por las necesidades de los usuarios.

Fuente. Tabla elaborada por la autora.

Tabla 2.
Operacionalización de satisfacción de los usuarios

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Índice	Ítem	Técnicas e Instrumentos	Escala de medición
Satisfacción de los Usuarios	Según Setó (2014, p. 124) la satisfacción del cliente es el estado emocional en el que se encuentran los clientes de las organizaciones, ya sean internas o externas, cuando comparan lo que perciben con sus expectativas personales.	Niveles de Satisfacción	Recompra	1	Se sentiría cómodo asistiendo nuevamente a la Municipalidad de Lamas.	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	Likert, ordinal, 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre.
			Recomendación	2	Podría recomendar a los usuarios municipales que asistan a la Municipalidad de Lamas para resolver sus inquietudes.		
			Satisfacción de necesidades.	3	La variedad de servicios que brinda la municipalidad es capaz de satisfacer las necesidades que tiene.		
			Cumplimiento.	4	La Municipalidad de Lamas cumple con los ofrecimientos al usuario.		
			Calidad de atención.	5	La calidad de servicio recibida por los funcionarios de la municipalidad fue adecuada.		
			Experiencia de servicio.	6	Se vieron sus expectativas satisfechas con la calidad de servicio.		
			Personalización.	7	El servicio de la municipalidad fue específico para sus necesidades.		
			Calidad de productos.	8	Los servicios ofrecidos por la municipalidad son de calidad.		
			Calidad de servicios.	9	Existe calidad en los servicios recibidos en la Municipalidad de Lamas		
			Tecnología.	10	La Municipalidad de Lamas hace uso de tecnologías para brindar un mejor servicio.		

Fuente. Tabla elaborada por la autora.

2.3. Población y muestra

Población:

La población según los autores Hernández, Fernández & Baptista (2010) es el junto que está conformado por el total de todas las unidades de análisis.

Esta investigación consideró como su población a todos los usuarios del servicio Municipal de la Provincia de Lamas, esto representaría al total de los ciudadanos registrados en dicha provincia que según el censo del INEI (2007) son 16 871.

Muestra:

La muestra según los autores Hernández, Fernández & Baptista (2010) es un subconjunto de la población que es capaz de representar a esta de manera precisa.

Esta investigación consideró como su muestra a 52 usuarios de la Municipalidad de la Provincia de Lamas.

Muestreo no probabilístico por conveniencia

Muestreo por conveniencia:

Esto se debió al estado de pandemia que se estuvo viviendo en el Perú durante el proceso de investigación que limitó la utilización del instrumento de recolección.

Por este motivo, se realizará un muestreo por conveniencia considerando a los usuarios que asistan a la Municipalidad.

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

Técnicas de recolección de datos

Encuesta:

Según Roldan (2015) se define a la encuesta como técnica de recolección de datos cuantitativos más utilizada en las ciencias sociales, con muchas ventajas en la exposición de los datos y objetividad en la interpretación de los mismos. En la investigación se utilizará la encuesta porque desea realizar una investigación cuantitativa y sobre una muestra extensa que no podría realizarse con otra técnica.

Instrumento de recolección de datos

Cuestionario:

Según Meneses (2007) se define al cuestionario como el instrumento de mayor alcance de la encuesta, el cuestionario permite limitar el objetivo de interés de la información al encuestado. Esta investigación utilizará el cuestionario porque es un instrumento que se puede validar y obtener un grado de confiabilidad, lo que le da un carácter científico a la investigación reduciendo la subjetividad.

Validez

Baechle (2007) consideran que la validez debe ser un objetivo de cada instrumento de recolección de datos, ya que es necesario comprender que los instrumentos valgan para alcanzar el objetivo de la presente tesis. En esta investigación se validará el cuestionario con la opinión de expertos.

Tabla 3.

Validación por expertos

Orden	Experto	Observaciones	Estado
Validación del Primer Experto	Lic. Pedro Antonio Pérez Arbolea	De acuerdo a la revisión exhaustiva de la matriz de operacionalización de las variables, en la cual se han definido claramente los conceptos, las dimensiones y los indicadores, y existiendo entre estos, coherencia y consistencia con el objetivo general y los objetivos específicos, se suscribe el presente documento, dando fe de ello.	Aplicable
Validación del Segundo Experto	Doc. Lic. – Víctor Hugo Hernández Bedoya Administración	Sin observaciones	Aplicable
Validación del tercer Experto	Mg. Lic. – Mark y RR. HH Miguel Ángel Castro Castro	Sin observaciones	Aplicable

Fuente. Tabla elaborada por la autora.

Confiabilidad

Hernández et al (2003) consideran que la confiabilidad es la capacidad que tienen las cosas de poder ser confiables, consistentes en el paso del tiempo, es decir que, tras la aplicación del mismo instrumento a una muestra similar, se podrán obtener resultados parecidos. En esta investigación se validará a través del Alfa de Cronbach.

Tabla 4:
 Confiabilidad de Alfa de Cronbach de la calidad de servicio
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,874	15

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

El cuestionario de Calidad de Servicio, aplicado a 15 usuarios tuvo un grado de confiabilidad de ,874 por lo que el instrumento es confiable.

Tabla 5:
 Confiabilidad de Alfa de Cronbach de la Satisfacción del Usuario
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,912	10

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

El cuestionario de Satisfacción del Usuario, aplicado a 10 usuarios tuvo un grado de confiabilidad de ,912 por lo que el instrumento es confiable.

2.5. Procedimiento de análisis de datos

El procedimiento de análisis de datos fue:

Etapas previas:

- 1) Elaboración del instrumento.
- 2) Establecer su validez.
- 3) Establecer la confiabilidad.

Aplicación:

- 1) Aplicación del instrumento.

Procedimiento de análisis:

- 1) Tabulación de los resultados en el software MS Excel versión 2016
- 2) Traslado de los resultados tabulados al software SPSS versión 25.

3) Aplicación estadística descriptiva para diagnosticar la situación actual de las variables.

4) Aplicación estadística inferencial para conocer el coeficiente de relación entre las variables.

2.6. Criterios éticos

Los autores del informe Belmont (1978) proponen criterios éticos para darle validez moral a una investigación.

Consentimiento informado:

Los participantes serán informados del objetivo de la investigación.

Beneficencia:

La información del estudio se utilizará para mejorar los entornos de trabajo de los participantes y así lograr los máximos beneficios y reducir al mínimo los riesgos.

Confidencialidad:

La información recabada en esta investigación tendrá solo un propósito científico y académico.

2.7. Criterios de rigor científico

El autor Guba (1981) propone criterios de rigor científico para darle validez a una investigación, en esta investigación se utilizaron los siguientes:

Credibilidad:

El criterio de la credibilidad en esta investigación se obtiene tras la aplicación del alfa de Cronbach que les da confiabilidad a los instrumentos de esta investigación.

Validez externa:

El criterio de la validez externa en esta investigación se obtiene tras la valoración del juicio de expertos, que analizarán el instrumento de recolección de datos y permitirá que los instrumentos cumplan su objetivo en esta investigación.

Neutralidad:

El criterio de la neutralidad en esta investigación se conseguirá a través de la neutralidad de las investigadoras, que dejarán sus prejuicios y concepciones previas para presentar los datos según se obtengan.

III. RESULTADOS

3.1 Tablas y Figuras

Estadísticos descriptivos generales

Se vio conveniente calcular los estadísticos descriptivos generales, mostrando ítems para la muestra, el rango, los valores mínimo y máximo, la media y la desviación típica, tal y como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 6:
Estadísticos descriptivos generales

CALIDAD DE SERVICIO	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Tip.
1. Los ambientes municipales cuentan físicamente con espacio para el desplazamiento cómodo de los usuarios.	52	4	1	5	3.82	1.06601
2. Los ambientes municipales cuentan con un atractivo visual.	52	4	1	5	3.73	1.31504
3. La municipalidad cuenta con todas sus áreas impecables, permitiendo atender de manera adecuada.	52	4	1	5	4.03	1.16923
4. El diseño interior que exhibe la municipalidad propicia un ambiente agradable.	52	4	1	5	3.62	1.99521
5. Los funcionarios municipales siempre están correctamente uniformados.	52	4	1	5	3.78	1.40806
6. Los funcionarios municipales siempre están preparados para atender a los usuarios.	52	4	1	5	4.11	1.58921
7. Los funcionarios municipales siempre brindan información precisa a los usuarios.	52	4	1	5	3.81	1.43428
8. La municipalidad cumple con los compromisos que ofrece a los usuarios.	52	4	1	5	3.15	1.40524
9. Los usuarios no esperan mucho tiempo en la cola.	52	4	1	5	3.74	1.29814
10. Los funcionarios municipales siempre buscan atender de manera eficaz a los usuarios.	52	4	1	5	3.68	1.59552
11. Los funcionarios municipales están preparados para resolver las preguntas de los usuarios.	52	4	1	5	3.84	1.47389
12. Se siente seguro dentro de la municipalidad.	52	4	2	5	4.21	1.45080

13. Los funcionarios municipales le tratan con cortesía y respeto.	52	4	1	5	3.74	1.09074
14. Los funcionarios municipales muestran un interés genuino por las necesidades de los usuarios.	52	4	1	5	3.25	1.25012
15. Los funcionarios municipales muestran un interés genuino por las necesidades de los usuarios.	52	4	1	5	3.49	1.05301
SATISFACCIÓN DEL USUARIO						
16. Se sentiría cómodo asistiendo nuevamente a la municipalidad de Lamas.	52	4	1	5	3.70	1.59774
17. Podría recomendar a los usuarios municipales que asistan a la Municipalidad de Lamas para resolver sus inquietudes.	52	4	1	5	3.92	1.08455
18. La variedad de servicios que brinda la municipalidad es capaz de satisfacer las necesidades que tiene.	52	4	1	5	3.67	1.62016
19. La municipalidad de Lamas cumple con los ofrecimientos al usuario.	52	4	1	5	3.85	1.25530
20. La calidad de servicio recibida por los funcionarios de la municipalidad fue adecuada.	52	4	1	5	3.76	1.32649
21. Se vieron sus expectativas satisfechas con la calidad de servicio.	52	4	1	5	3.28	1.61905
22. El servicio de la municipalidad fue específico para sus necesidades.	52	4	1	5	3.64	1.80560
23. Los servicios ofrecidos por la municipalidad son de calidad.	52	4	1	5	3.29	1.12602
24. Existe calidad en los servicios recibidos en la municipalidad de Lamas	52	4	1	5	3.82	1.64319
25. La municipalidad de Lamas hace uso de tecnologías para brindar un mejor servicio.	52	4	1	5	3.71	1.16019

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

De acuerdo con la Tabla 6, los ítems con mayor puntuación de respuesta son: 3. La municipalidad cuenta con áreas limpias para atender correctamente a los usuarios. 6. Los funcionarios municipales están atentos para resolver los requerimientos de los usuarios. Y 12. Estar en la municipalidad le brinda una sensación de seguridad.

3.1.1 Diagnosticar la percepción de calidad de servicio que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

Análisis de confiabilidad:

Resultados de calidad de servicio:

Tabla 7:
Variable calidad de servicio

		CALIDAD DE SERVICIO			
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	11	21.2	21.2	21.2
	Medio	26	50.0	50.0	71.2
	Alto	15	28.8	28.8	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

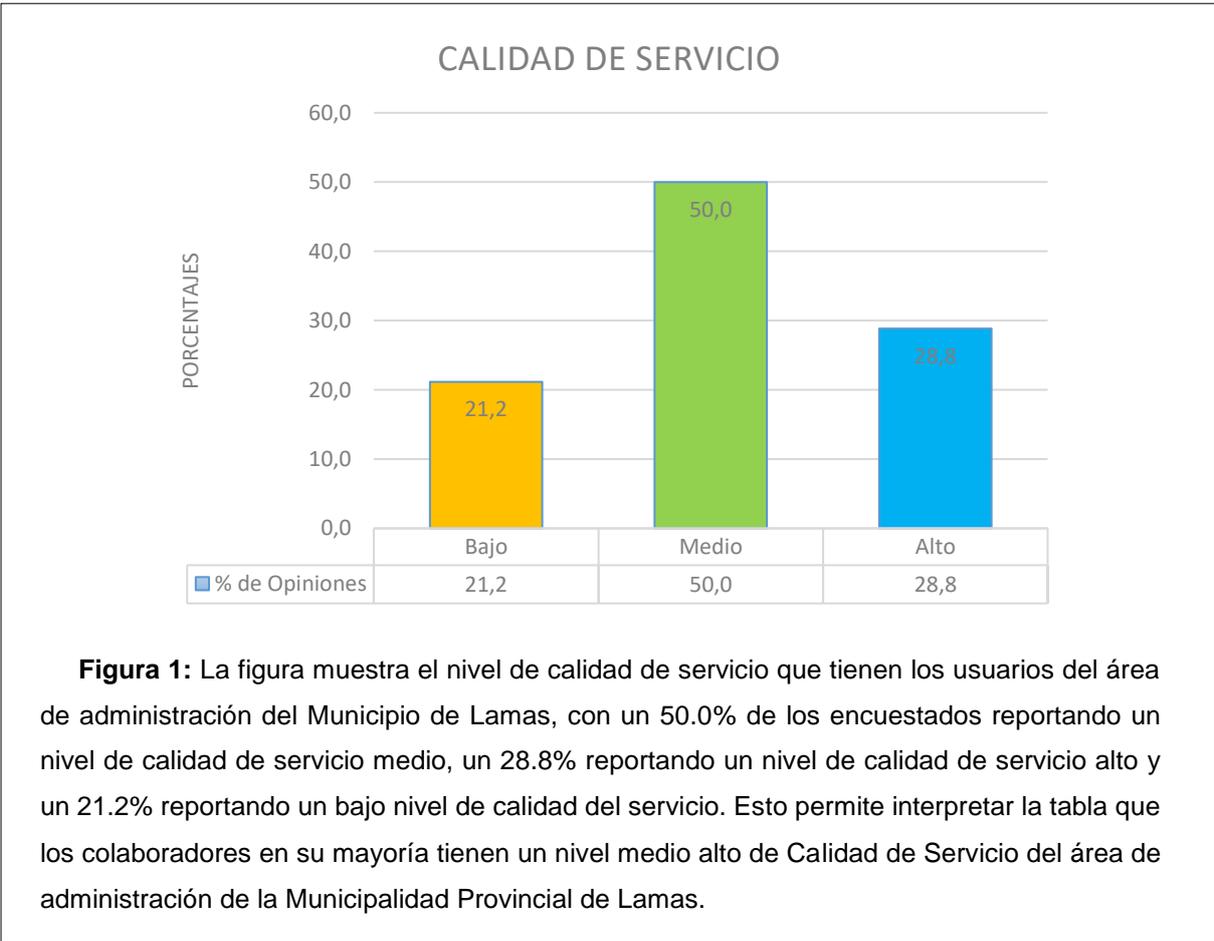


Figura 1: La figura muestra el nivel de calidad de servicio que tienen los usuarios del área de administración del Municipio de Lamas, con un 50.0% de los encuestados reportando un nivel de calidad de servicio medio, un 28.8% reportando un nivel de calidad de servicio alto y un 21.2% reportando un bajo nivel de calidad del servicio. Esto permite interpretar la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio alto de Calidad de Servicio del área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas.

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

Dimensión de elementos tangibles

Tabla 8:
Dimensión de elementos tangibles

		Elementos Tangibles			
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	14	26.9	26.9	26.9
	Medio	29	55.8	55.8	82.7
	Alto	9	17.3	17.3	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

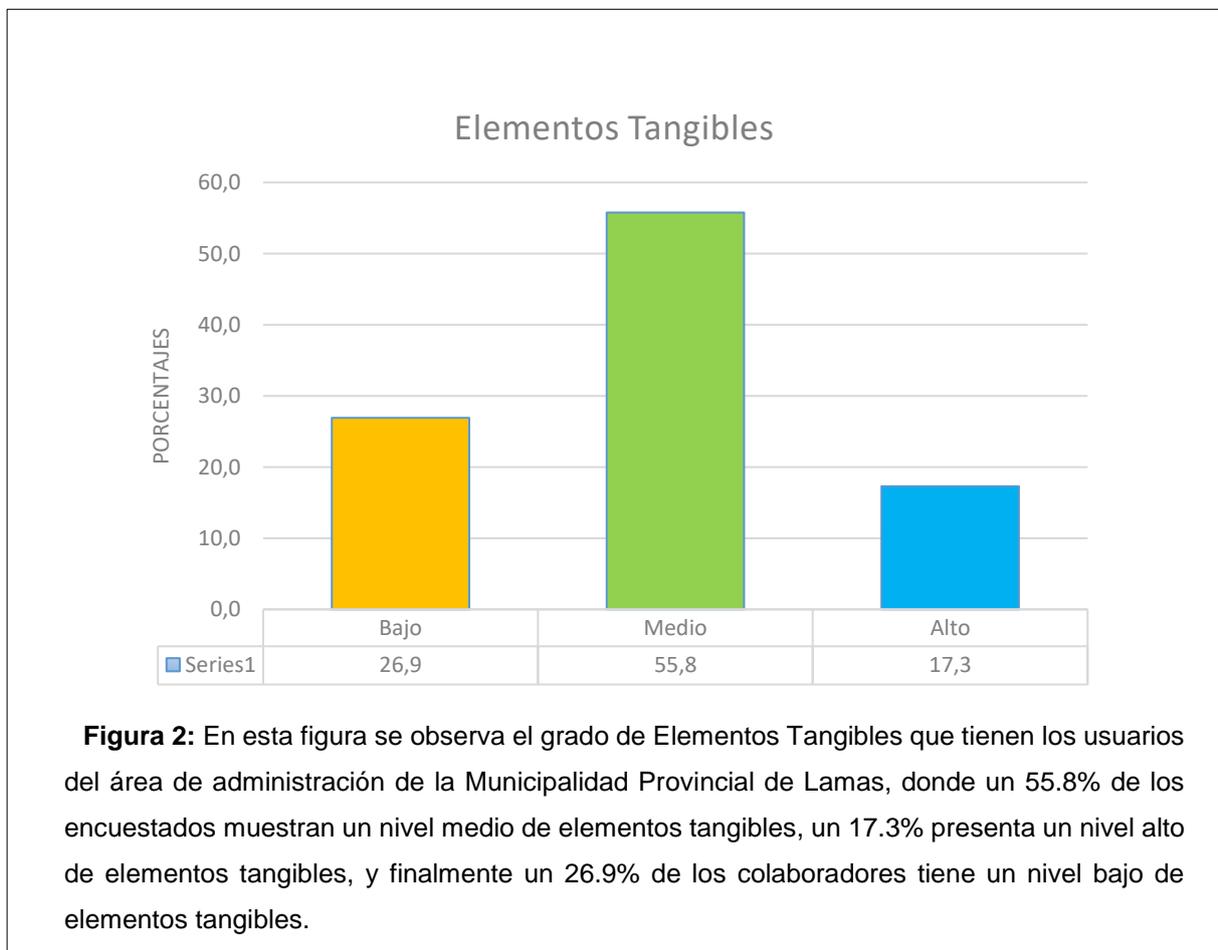


Figura 2: En esta figura se observa el grado de Elementos Tangibles que tienen los usuarios del área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas, donde un 55.8% de los encuestados muestran un nivel medio de elementos tangibles, un 17.3% presenta un nivel alto de elementos tangibles, y finalmente un 26.9% de los colaboradores tiene un nivel bajo de elementos tangibles.

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

Dimensión de fiabilidad

Tabla 9:
Dimensión de fiabilidad

		Fiabilidad			
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	13	25.0	25.0	25.0
	Medio	27	51.9	51.9	76.9
	Alto	12	23.1	23.1	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

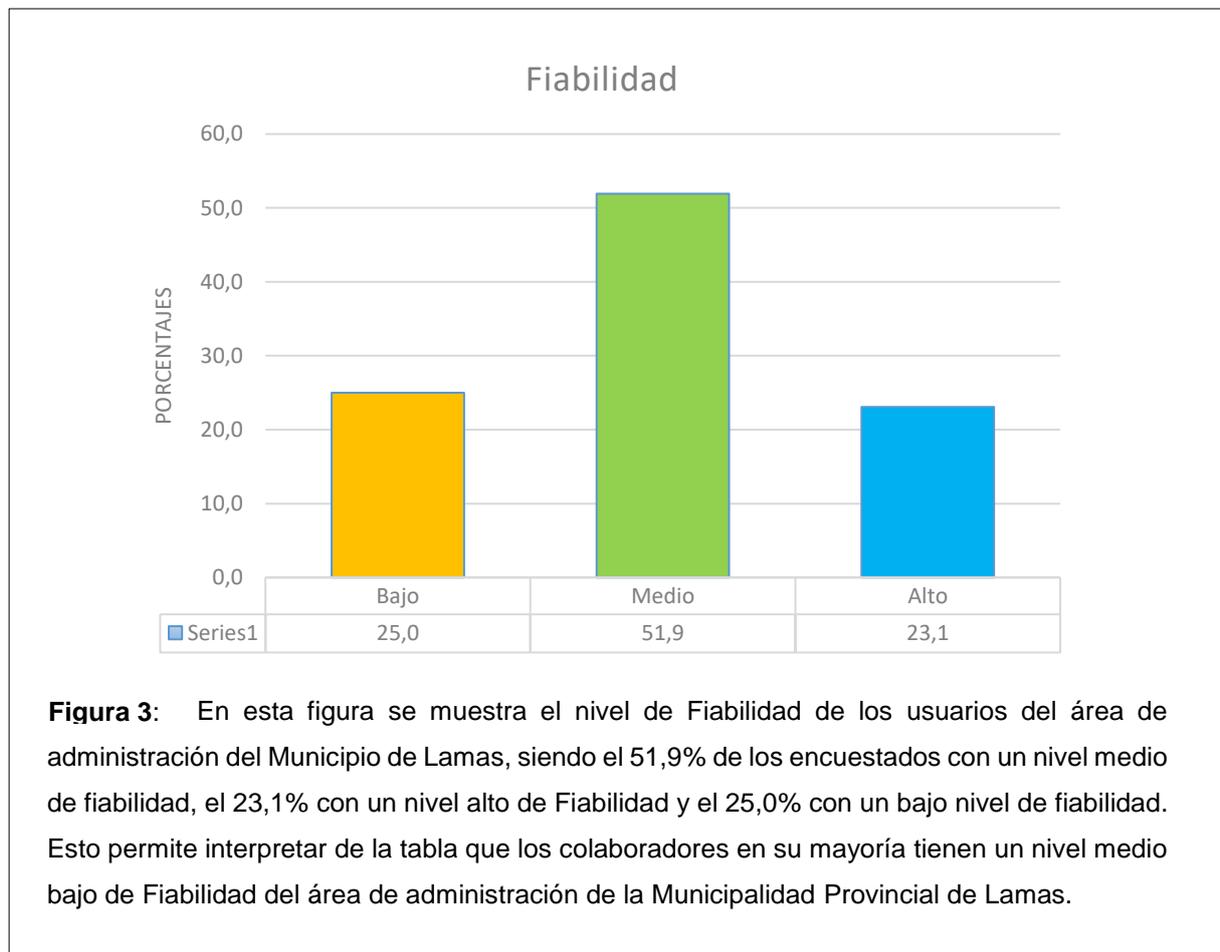


Figura 3: En esta figura se muestra el nivel de Fiabilidad de los usuarios del área de administración del Municipio de Lamas, siendo el 51,9% de los encuestados con un nivel medio de fiabilidad, el 23,1% con un nivel alto de Fiabilidad y el 25,0% con un bajo nivel de fiabilidad. Esto permite interpretar de la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio bajo de Fiabilidad del área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas.

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

Dimensión de capacidad de respuesta

Tabla 10:
Dimensión de Capacidad de Respuesta

		Capacidad de Respuesta			
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	13	25.0	25.0	25.0
	Medio	25	48.1	48.1	75.0
	Alto	14	26.9	26.9	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

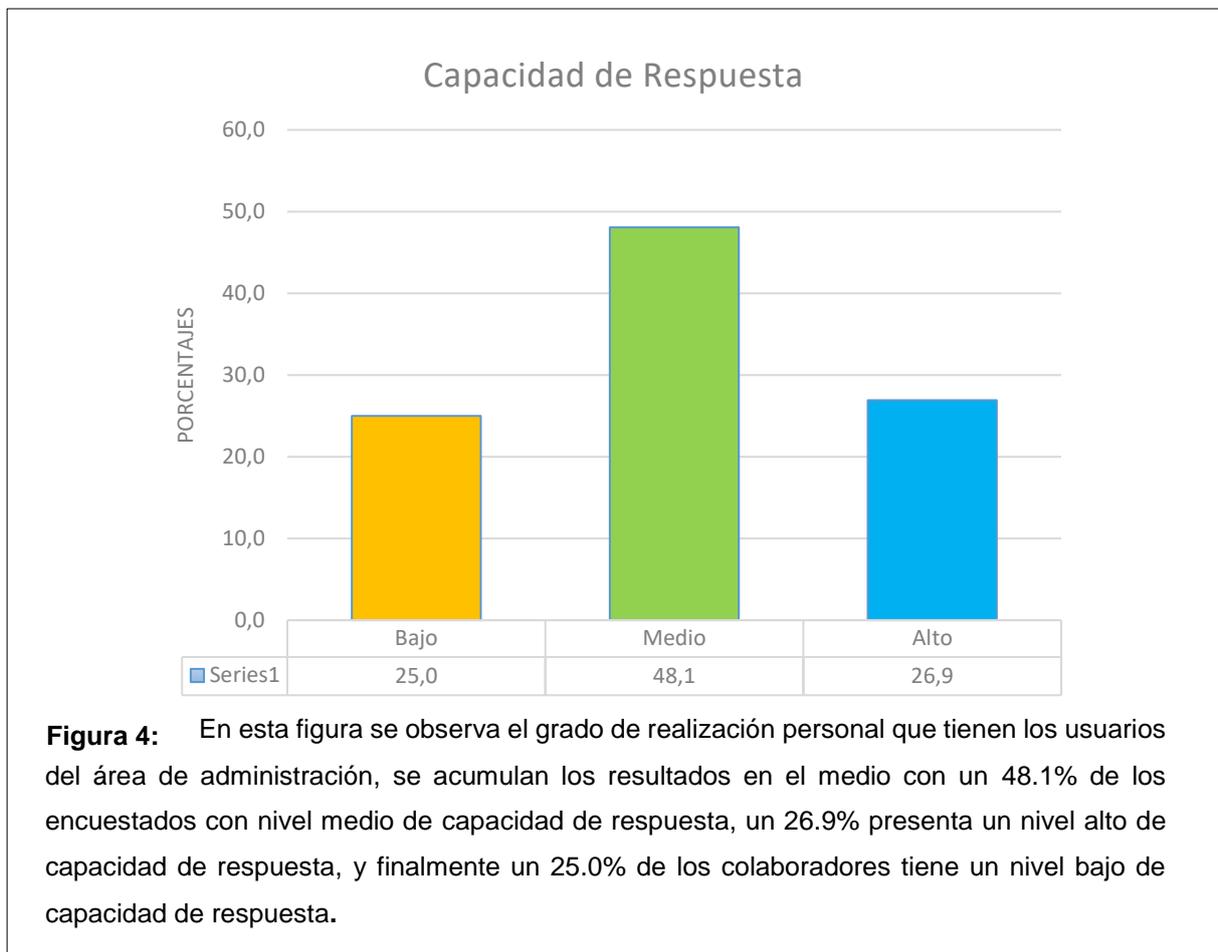


Figura 4: En esta figura se observa el grado de realización personal que tienen los usuarios del área de administración, se acumulan los resultados en el medio con un 48.1% de los encuestados con nivel medio de capacidad de respuesta, un 26.9% presenta un nivel alto de capacidad de respuesta, y finalmente un 25.0% de los colaboradores tiene un nivel bajo de capacidad de respuesta.

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

Dimensión de empatía

Tabla 11:
Dimensión de empatía

		Empatía			
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	9	17.3	17.3	17.3
	Medio	27	51.9	51.9	69.2
	Alto	16	30.8	30.8	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

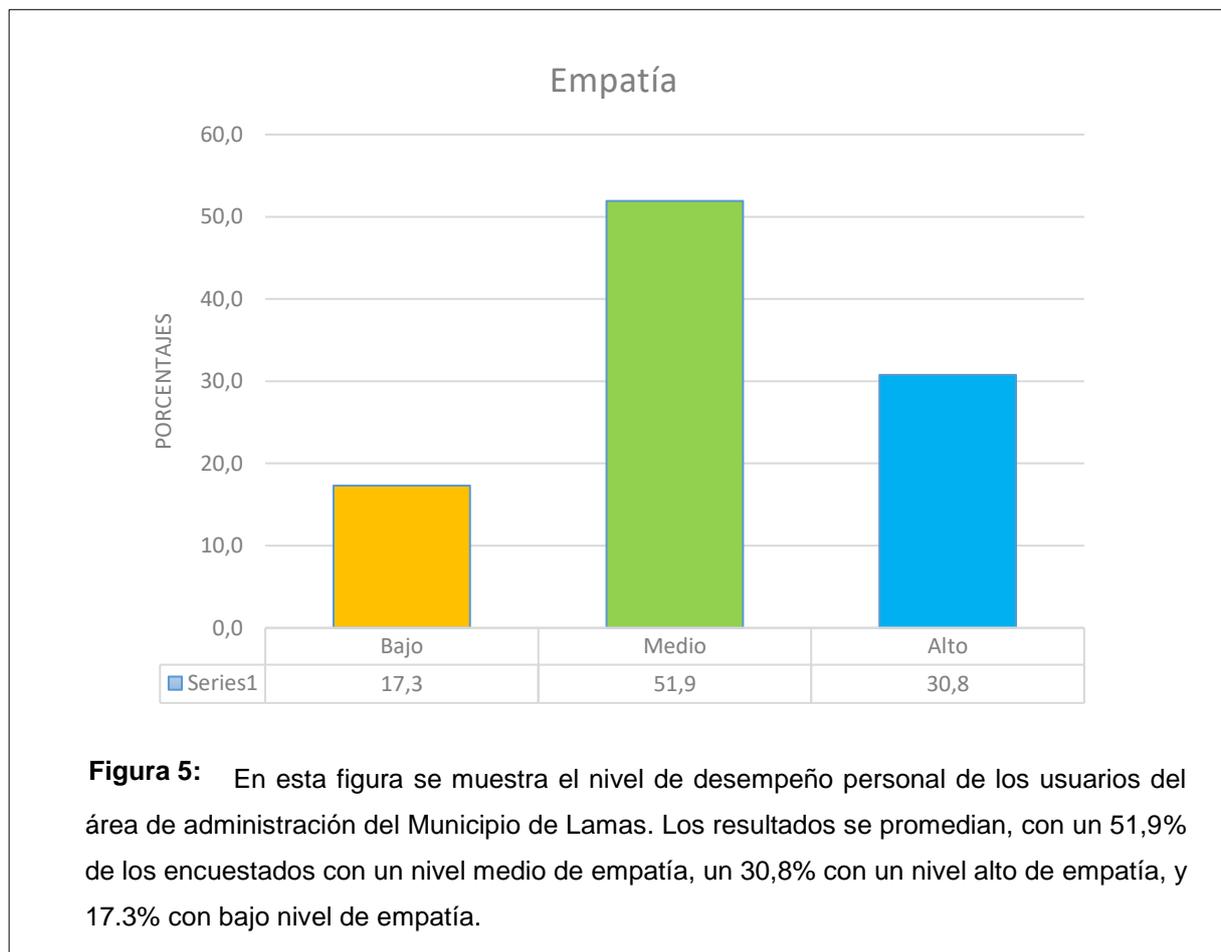


Figura 5: En esta figura se muestra el nivel de desempeño personal de los usuarios del área de administración del Municipio de Lamas. Los resultados se promedian, con un 51,9% de los encuestados con un nivel medio de empatía, un 30,8% con un nivel alto de empatía, y 17.3% con bajo nivel de empatía.

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

3.1.2 Diagnosticar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.

Resultados de Satisfacción de los Usuarios

Tabla 12:

Satisfacción de los usuarios

SATISFACCIÓN DE LOS USUARIO					
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	16	30.8	30.8	30.8
	Medio	25	48.1	48.1	78.8
	Alto	11	21.2	21.2	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

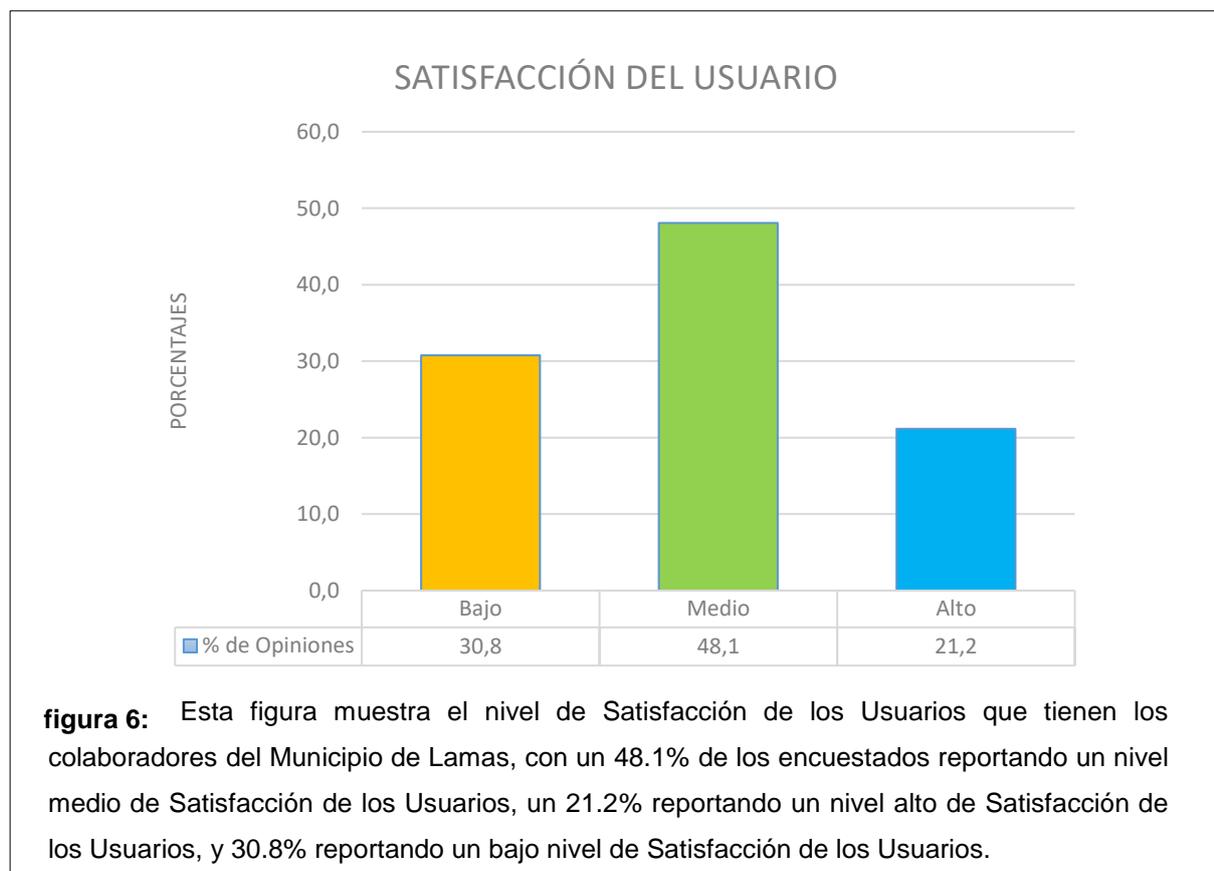


figura 6: Esta figura muestra el nivel de Satisfacción de los Usuarios que tienen los colaboradores del Municipio de Lamas, con un 48.1% de los encuestados reportando un nivel medio de Satisfacción de los Usuarios, un 21.2% reportando un nivel alto de Satisfacción de los Usuarios, y 30.8% reportando un bajo nivel de Satisfacción de los Usuarios.

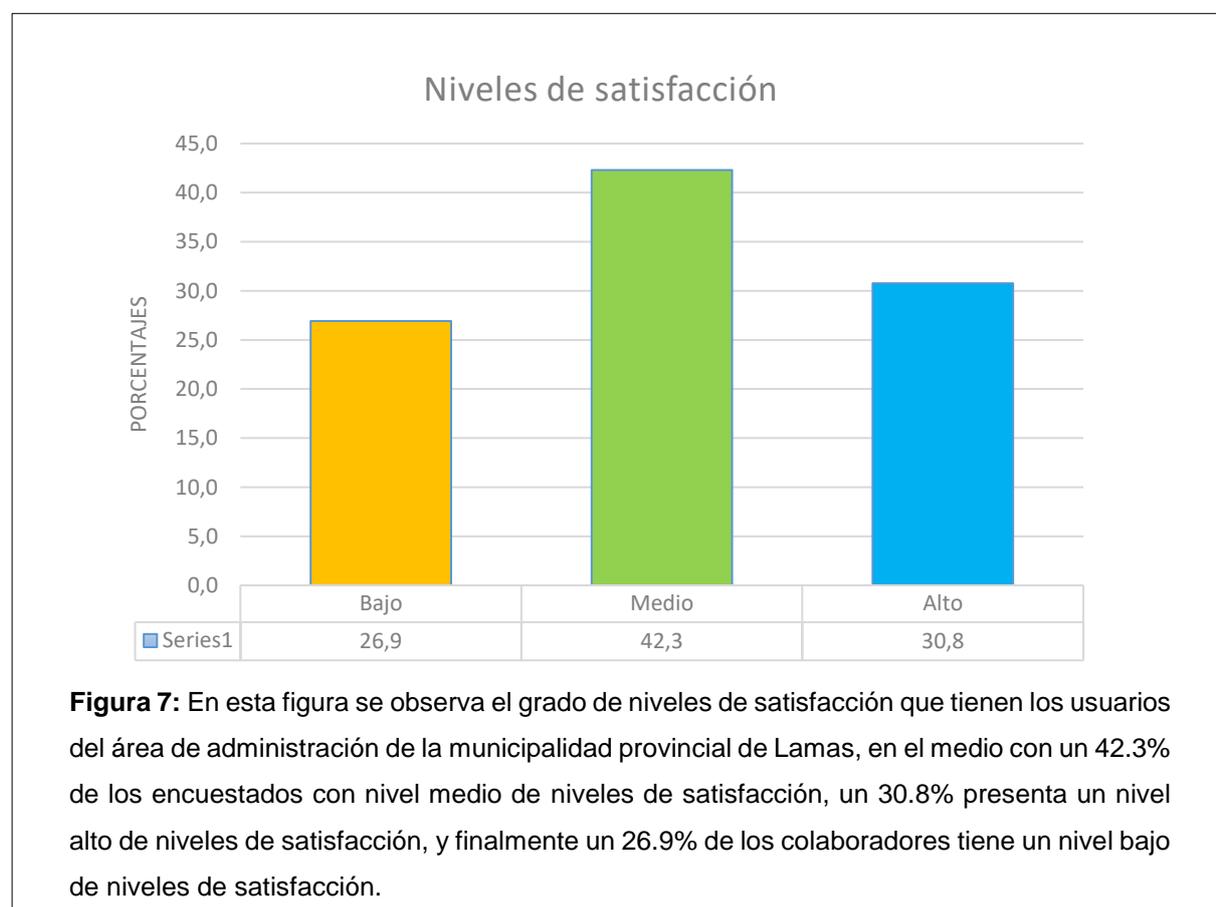
Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

Tabla 13:

Dimensión de niveles de satisfacción

		Niveles de Satisfacción			
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	14	26.9	26.9	26.9
	Medio	22	42.3	42.3	69.2
	Alto	16	30.8	30.8	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.



Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

Tabla 14:

Dimensión de expectativas

		Expectativas			
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	18	34.6	34.6	34.6
	Medio	27	51.9	51.9	86.5
	Alto	7	13.5	13.5	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

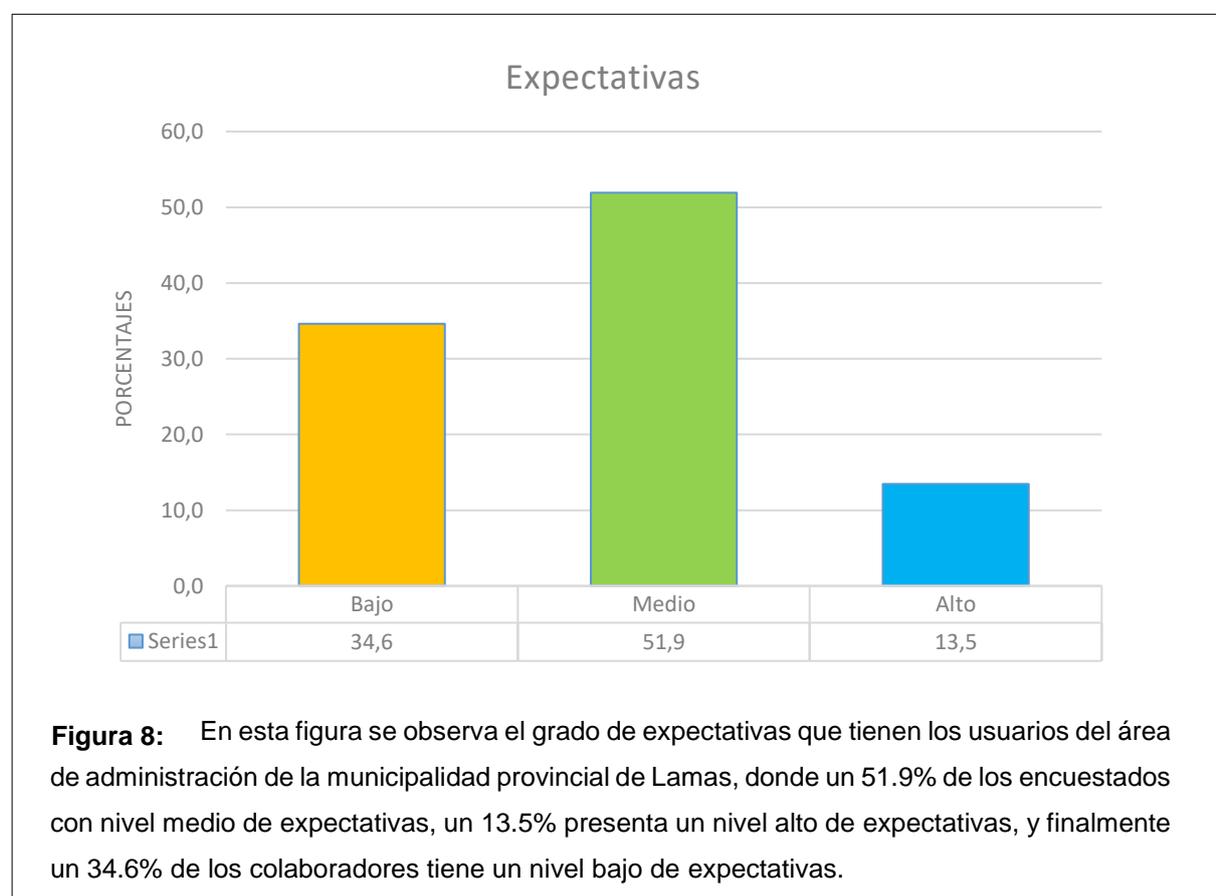


Figura 8: En esta figura se observa el grado de expectativas que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas, donde un 51.9% de los encuestados con nivel medio de expectativas, un 13.5% presenta un nivel alto de expectativas, y finalmente un 34.6% de los colaboradores tiene un nivel bajo de expectativas.

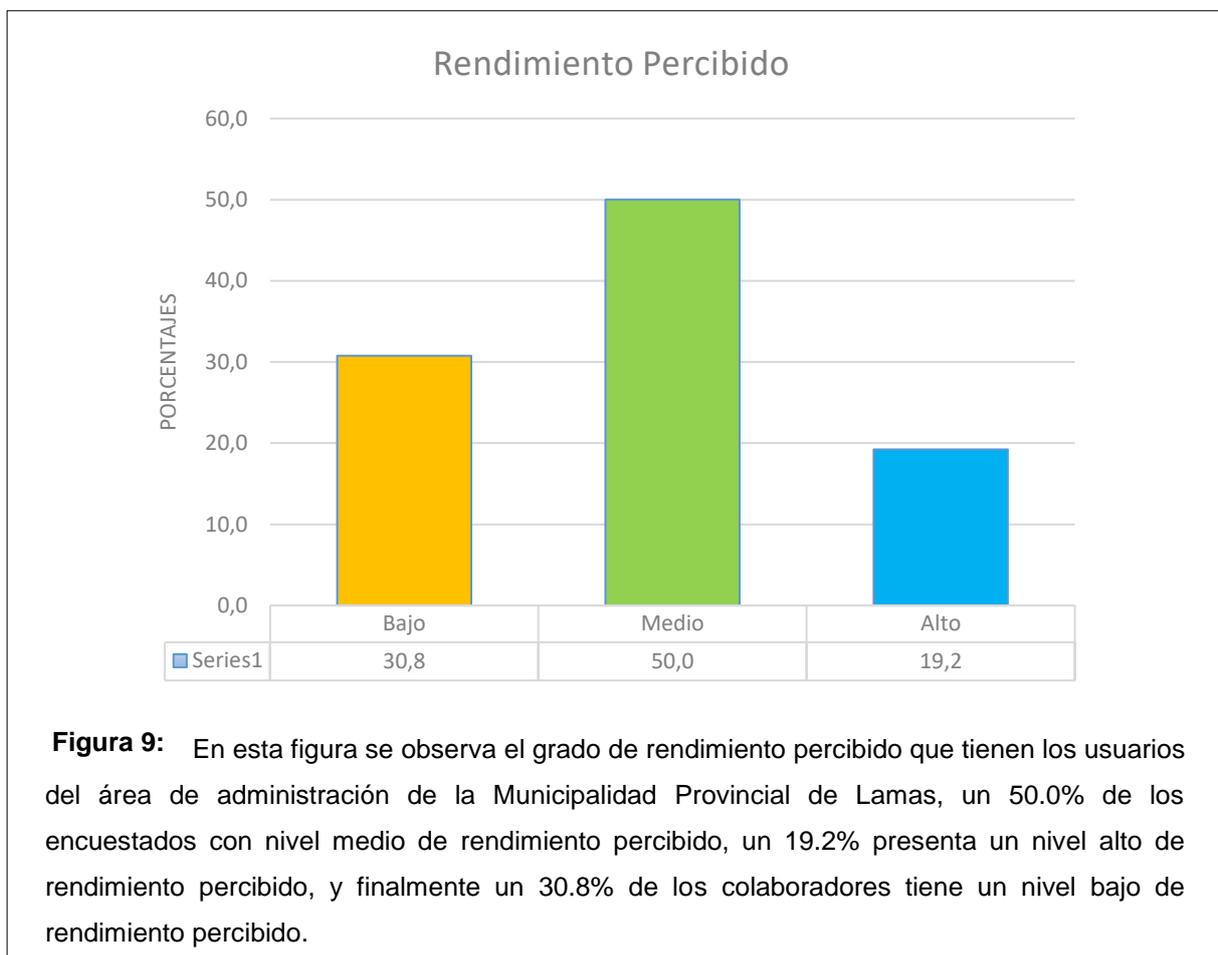
Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

Tabla 15:

Dimensión de rendimiento percibido

Rendimiento Percibido					
		Frec.	Porcentaje	Porcentaje considerado.	Acumulado.
Válido	Bajo	16	30.8	30.8	30.8
	Medio	26	50.0	50.0	80.8
	Alto	10	19.2	19.2	100.0
	Total	52	100,0	100,0	

Nota: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.



fuentes: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

3.1.3 Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios

Tabla 16:

Correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los Usuarios.

Correlaciones

		Satisfacción de los Usuarios		
		Calidad de Servicio		
Rho de Spearman	Calidad de Servicio	Coef de correlación	1,000	,532**
		Sig. (bil.)	.	,000
		N	52	52
	Satisfacción de los Usuarios	Coef de correlación	,532**	1,000
		Sig. (bil.)	,000	.
		N	52	52

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

Fuente: Realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

En cuanto al nivel de correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, existe una relación directa y fuerte de, $Rho = 0,532$ entre las variables investigadas con un índice de significancia de $Rho = 0,000$, lo que rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa.

Tabla 17:

Correlación entre el Calidad de Servicio y las dimensiones del Satisfacción de los Usuarios

Rho de Spearman		Satisfacción de los Usuarios		
		Niveles de Satisfacción	Expectativas	Rendimiento Percibido
Calidad de Servicio	Coef de correlación	.030	.390	.097
	Sig. (bil.)	.049	.000	.040
	r2	.058	.043	.051
	N	52	52	52

Fuente: Elaboración realizada por la autora, a través del estadístico SPSS v25.

Se verifica que la dimensión Niveles de Satisfacción tiene un nivel de correlación con una significancia, directa ($Rho = .030$), en la dimensión Expectativas de igual

manera un nivel de correlación con una significancia, inversa y débil ($Rho=.390$), y en la dimensión Rendimiento Percibido se visualiza que existe un nivel de correlación con una significancia, inversa y débil ($Rho=.097$).

3.2 Discusión de resultados

De acuerdo con el objetivo de determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, en las tablas 13, 14 y 15, el nivel de correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario es de 532, con un índice de significación de 0,000, lo que rechaza la nula hipótesis. Resultados que, al compararlo con el antecedente de Rivera (2020) en el trabajo de tesis titulado "La calidad de servicio en la satisfacción del usuario del cliente en Plaza Veá – Tacna", El objetivo general de este autor es comprender la impresión de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el supermercado Plaza Veá - Tacna. El tipo era básico y el diseño era simple. No experimental ni transversal, su población representa la totalidad de los clientes de este supermercado, con un total de 491 clientes en exposición. Los resultados de Rivera muestran que hay una correlación positiva y fuerte entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, con un coeficiente Rho – Spearman de 0,693. Se concluye que existe relación de las variables de estudio en este mercado.

Según el objetivo específico de diagnosticar su captación de la calidad del servicio. Los resultados de la tabla 04, 05, 06, 07, 08 y 09 muestran que la calidad del servicio que disfrutaban los usuarios del área de administración del Municipio de Lamas es alta, con un 48,1 por ciento de los encuestados reportando un nivel medio de servicio, 28,8 por ciento reportando un nivel de servicio superior al promedio, y 21.2 por ciento reportando un bajo nivel de servicio. Esto nos permite deducir de la tabla que la mayoría de los colaboradores tienen un nivel de calidad de servicio medio-alto en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas, y que los elementos tangibles que poseen, donde un 55.8% de los encuestados con nivel medio de Calidad de Servicio, un 17.3% presenta un nivel alto de Elementos Tangibles, y finalmente un 26.9% de los colaboradores tiene un nivel bajo de Elementos Tangibles. Esto permite interpretar de la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio bajo de Elementos Tangibles; que la Fiabilidad que tienen los usuarios del área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas, donde un 51.9% de los encuestados con nivel medio de Fiabilidad, un 23.1% presenta un nivel alto de

Fiabilidad, y finalmente un 25.0% de los colaboradores tiene un nivel bajo de Fiabilidad. Esto permite interpretar de la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio bajo de Fiabilidad; que la capacidad de respuesta que tienen los, se acumulan los resultados en el medio con un 48.1% de los encuestados con nivel medio de realización personal, un 26.9% presenta un nivel alto de realización personal, y finalmente un 25.0% de los colaboradores tiene un nivel bajo de realización personal. Esto permite interpretar de la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio alto de realización personal del área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas; y finalmente que la empatía que tienen los usuarios, se acumulan los resultados en el medio con un 51.9% de los encuestados con nivel medio de realización personal, un 30.8% presenta un nivel alto de realización personal, y finalmente un 17.3% de los colaboradores tiene un nivel bajo de realización personal. Esto nos permite deducir de la tabla que la mayoría de los colaboradores tienen un nivel de desempeño personal medio- alto. Esto es similar a lo observado por Huerta (2018) en su trabajo de tesis titulado “La calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en Plaza Vea – San Juan de Lurigancho”. El objetivo general de este autor es medir la relación entre la calidad del servicio y la atención al cliente. satisfacción. La investigación utilizó toda la población de clientes de esta tienda como tamaño de muestra y arrojó un total de 384 clientes. Los resultados de Huerta muestran que el 22,9 por ciento de los encuestados cree que la calidad del servicio es buena y el 60,4 por ciento cree que está muy satisfecho. En base al nivel de correlación de variables, el coeficiente Rho – Spearman es de 0,867, lo que implica que existe una fuerte correlación directa entre las variables calidad del servicio y satisfacción del cliente.

Según el objetivo específico de diagnosticar el grado de satisfacción que sujetan los usuarios, los resultados obtenidos mostrados en las tablas 09, 10, 11 y 12, muestran que el grado de Satisfacción de los Usuarios que tienen los usuarios, donde un 48.1% de los encuestados con nivel medio de Satisfacción de los Usuarios, un 21.2% presenta un nivel alto de Satisfacción de los Usuarios, y finalmente un 30.8% de los colaboradores tiene un nivel bajo de Satisfacción de los Usuarios. Esto permite interpretar de la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio bajo de Satisfacción de los Usuarios; que el grado de Niveles de Satisfacción que tienen los usuarios, en el medio con un 42.3% de los encuestados con nivel medio de Niveles

de Satisfacción, un 30.8% presenta un nivel alto de Niveles de Satisfacción, y finalmente un 26.9% de los colaboradores tiene un nivel bajo de Niveles de Satisfacción. Esto permite interpretar de la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio alto de Niveles de Satisfacción; que el grado de Expectativas que tienen los usuarios, donde un 51.9% de los encuestados con nivel medio de Expectativas, un 13.5% presenta un nivel alto de Expectativas, y finalmente un 34.6% de los colaboradores tiene un nivel bajo de Expectativas. Esto permite interpretar de la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio bajo de Expectativas; y finalmente que el grado de Rendimiento Percibido que tienen los usuarios, un 50.0% de los encuestados con nivel medio de Rendimiento Percibido, un 19.2% presenta un nivel alto de Rendimiento Percibido, y finalmente un 30.8% de los colaboradores tiene un nivel bajo de Rendimiento Percibido.

Esto permite interpretar de la tabla que los colaboradores en su mayoría tienen un nivel medio bajo de Rendimiento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En conclusión, la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, con una relación directa y fuerte de $Rho= 0,532$ entre las variables investigadas, con un índice de significancia de $Rho= 0.000$, que al ser menor a 0.05 rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

La situación real de la calidad de servicio es admisible, con una calificación de prueba del 69,2% lo que indica que no hay que hacer nada para que sea moderada. Mientras que, a nivel de dimensión, las dimensiones de elementos tangibles y seguridad son muy superiores a la mediana, con un 82,4% y un 91,4 por ciento, respectivamente; sin embargo, la capacidad de respuesta y la empatía son significativamente menores, con un 53,2% y un 56,7%, respectivamente. Esto significa que la calidad del servicio del Municipio es muy deficiente en términos de características humanas.

Con una puntuación del 63,5%, se esclarece desde el estado actual de satisfacción de los usuarios es aceptable, aunque a punto de ser insuficiente. Esto es sobre todo debido al hecho de que no es ninguna dimensión en la que se están mucho por delante, y, sin embargo, en la dimensión de las expectativas, este arrastras a los resultados con un deficiente resultado, porque los usuarios creen que el Municipio de Lamas hace que no se encuentran sus expectativas.

Recomendaciones

Se recomienda realizar un taller para mejorar, en particular, las dimensiones de empatía y suficiencia de reacción, que son los eslabones más débiles en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Lamas.

Para mejorar el estado actual de la calidad del servicio en el municipio provincial de Lamas, se recomienda utilizar estrategias de benchmarking y observar cómo otros municipios en situaciones similares han logrado mejorar la calidad del servicio contactando a la Asociación de Municipios.

Se recomienda restablecer la satisfacción del usuario trabajando en todas las dimensiones simultáneamente porque cada una tiene una conexión profunda con las demás. De esta forma, todos los usuarios que visiten o se comuniquen con el municipio provincial de Lamas tendrán una mejor experiencia.

REFERENCIAS

- Acosta, J. L. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción en usuarios de la SUNARP oficina Tarapoto, 2019*. Universidad César Vallejo. Tarapoto: 3. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/46349>
- Baechle, E. (2007). *Validación y Confiabilidad*.
- Becerra, S. (2014). *Satisfacción de usuarios en consulta externa de hospitales públicos de la región Ica*. Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica. Ica: 2. Obtenido de <https://doi.org/10.35563/rmp.v7i3.18>
- Benaquen. (Mayo-Octubre 2017). *Nivel de Satisfacción de los usuarios hospitalizados en el servicio de medicina, atendidos por los profesionales de enfermería del hospital II - Mins. Lima*. Lima - Perú: 1. doi:universidad nacional de san martin
- Beneke. (2017). *Calidad de Servicio en atención*. México: 6. Obtenido de http://tesis.unam.edu.mx/bitstream/usat/815/1/TL_Beneke.pdf
- Cabrera, M. (2019). *Calidad de servicio y fidelizar al cliente*. Perú: 4. Obtenido de <https://www.mclanfranconi.com/la-importancia-fidelizar-tus-clientes/>
- Cornejo, M. (2019). *Análisis de la estación municipal de pucusana - lima en el marco de la modernización del estado*. Lima: Reatrieved From. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/27260>
- Dougl. (2016). *Importancia de la Calidad de servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas (8 ed.)*. España: 3. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Douglas. (2016). *Unión de la calidad de servicio y satisfacción*. Universidad César Vallejo, San Martín. Tarapoto: Retrieved. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/26073>
- Fernandez , M. (2018). *Gobierno electrónico y su relación con la participación ciudadana en la municipalidad distrital de de nueva cajamarca - 2018*. nueva cajamarca: Retrieved from. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/28767>
- Fuxion Prolife Peru. (23 de Octubre de 2016). *Compañía*. Obtenido de <http://www.fuxionprolifeperu.com/compania.php>
- Gallardo Ferrada, A., & Reynaldos Grandon , K. (2014). *Calidad de servicio: satisfacción usuaria desde la perspectiva de enfermería. Revista electrónica trimestral de enfermería "Enfermería Global". ISSN 1695-6141*. Murcia: 1.

Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1695-61412014000400020

- García, N. D., & Chávez Coronel, J. F. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la fidelización de los clientes de la empresa Almacenes de la Selva S.A.C de la región San Martín, 2017*. San Martín: 1. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1174/Natividad_Tesis_Bachiller_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Gómez, A. R. (2019). *Diagnóstico de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en greenades, guayaquil*. Guayaquil: 1. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/diagnostico-calidad-servicio-auditoria/>
- Gutierrez, M. G. (2017). "Calidad del servicio y el rol del notario Guzmán en la Banda de Shilcayo, 2017". Tarapoto: 4. Obtenido de <http://www.revistas.unt.pe/index.php/rmcpys/article/viewFile/49119/44174>
- Haro Sosa, G. L. (2017). *Estudio de la calidad de servicio al comprador ofrecido en la agencias de las localidades en riobamba,latacunga,guaranda y ambato utilizando el modelo SERVQUAL*. Ecuador: 5.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). México, México: McGraw-Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huerta, M. S. (2018). *Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente del Supermercado Plaza Vea del distrito de San Juan de Lurigancho en el año 2018*. Lima - san Juan de Lurigancho: 6. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/20676>
- INEI. (Noviembre de 2007). *Directorio Nacional De Municipalidades Provinciales, Distritales Y De Centros Poblados -*. (R. Q. Director, Editor) Obtenido de Plan Estadístico Nacional: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/plan_estadistico_nacional/pen_2007.pdf
- Intriago Ortiz, E. P., & Mendoza Jiménez,, M. Á. (2017). *Diseño de un modelo SERVQUAL para medir la satisfacción de los clientes de la empresa disney park*. Universidad de Guayaquil. Ecuador: 6. Obtenido de <http://repositorio.ung.edu.ec/bitstream/handle/20.500.12692/48311/IntriagoMendoza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- López Mosquera, D. C. (2018). *Relación entre calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Rachy's en guayaquil*. tesis de grado. Ecuador - Guayaquil: 2. Obtenido de http://saber.ucv.ve/bitstream/123456789/16013/1/T026800016818-0-leoncandelario_finaldefensa.pdf-000.pdf
- Marcelo, M. G., & Boluarte Díaz, V. G. (2020). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Chefoods S.A.C., Lima 2020*. Lima: 8. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/items/bebff4fe-f90e-4b7d-96d6-a2f4666b397f>
- Maryam Ekaabi, Khalizani Khalid , & Ross Davidson. (2020). *The service quality and satisfaction of smart policing in the UAE*. Citado el 26 de abril del 2020. UAE. 2. Recuperado el 10 de Abril de 2016
- Meneses, J. (2007). *El cuestionario*. Catalunya: GNUFDL. Obtenido de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Novoa, M. A. (2019). *Satisfacción del usuario externo con la atención en establecimientos del Ministerio de Salud de Perú y sus factores asociados*. (R. p. 2019, Ed.) Perú: 36. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342019000400009
- Pamies, D. S. (2014). *De la Calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid - España: 1. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&dq=CALIDAD+DE+SERVICIO&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Pamies, S. D. (2014). *Nivel de calidad de servicio a la difelidad del del cliente*. Madrir - España: Primera Edición. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&dq=CALIDAD+DE+SERVICIO&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Parasuraman, J., & Baptista, P. (1992). *Investigación y Metodología - Análisis moderno de la investigación*. 6. Recuperado el 5 de junio de 2014, de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Pinedo, D. (2018). *Rentabilidad de la sociedad civil y el rol de control ciudadano en el presupuesto participativo de la municipalidad provincial de san martín*. universidad César Vallejo, San martín. Tarapoto: Retrieved. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/31399>
- Poveda, M. (2017). *Calidad de servicio en costa ric*. Costa Rica: 1. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/3617/1/poveda.pdf>
- Quinteros, J. H. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción en usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Lamas, 2020*. Universidad César Vallejo, San Martin . Lamas - San Martín: 3. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48417>
- Rivera, A. L. (2020). *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en el supermercado Plaza Vea del distrito de Tacna, año 2020*. Tacna: 7. Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1838>
- Rojas, J. G. (2018). *Calidad en el servicio percibido y el nivel de satisfacción de los usuarios en la subgerencia de confort social y colaboración en la municipalidad de supe*. Lima: 2. Obtenido de <http://arquichan.unisabana.edu.pe/index.php/aquichan/view/2323/pdf>
- Roldan, P. I. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (1 ed., Vol. 1). Barcelona - España: UMB. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Ruiz, K. Y. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en Plaza Vea Puente Piedra 2017*. Lima - Puente piedra. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12205?locale-attribute=es>
- Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Megía Sáenz, K. (2018). *Manuel de Términos en investigación científica, tecnológica y humanista* (1 ed., Vol. 1). Lima - Perú, Surrco: Universidad Ricardo Palma. Recuperado el Junio de 2018, de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Setó. (2014). *Elementos que conforman la calidad del servicio*. España: ESIC. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&dq=CALIDAD+DE+SERVICIO&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Vela. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del restaurante el primer puerto*. universidad César Vallejo, San Martín. Tarapoto: Retrieved from. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/31228>
- Vera, W. A. (2018). *Calidad de la atención relacionada con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia de nosocomio gral. de Milagro de Guayaquil*. tesis de pregrado. Ecuador - Guayaquil: 2. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17384/Guti%C3%A9rrez_J_L.pdf?sequence=1&isAllowed=y Hernández
- Vértice. (2015). *Influencia de la calidad del servicio*. Universidad Nacional de Colombia, Colombia. Bogotá: 15. Recuperado el Enero - Junio de 2005, de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

Anexos

Anexo N° 01: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020.</p>	<p>Calidad de Servicio</p> <p>Satisfacción de los Usuarios</p>	<p>Investigación descriptiva</p>	<p>Esta investigación consideró como su población a todos los usuarios del servicio Municipal de la Provincia de Lamas, esto representaría al total de los ciudadanos registrados en dicha provincia que según el censo del INEI (2007) son 16 871.</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Estadística descriptiva, tablas, gráficos trabajados desde los programas Excel y SPSS 25</p>
	<p>Objetivo específico Diagnosticar la percepción de calidad de servicio que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p>					
	<p>Diagnosticar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p>					
	<p>Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de rendimiento percibido de la satisfacción</p>					
			DISEÑO	MUESTRA	INSTRUMENTOS	
			No experimental - Transversal	52 usuarios	Cuestionario	
			<p>Figura 1: Diseño de Investigación</p> <p>M → O → V</p>			
			Donde:			Escala Likert

	<p>de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p> <p>Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de expectativas de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p> <p>Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de niveles de satisfacción de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p>		<p>M=representa a la muestra.</p> <p>O= representa la aplicación del instrumento.</p> <p>V representa a la variable.</p>			<p>1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre.</p>
--	--	--	---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Anexo N°02: Cuestionario de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMAS, 2020

Lea de manera cuidadosa cada pregunta y responda con un (X), la información que Usted brinde se mantendrá en absoluta reserva, por lo que le pido sea lo más sincero posible.

Encuesta para clientes

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	4	5

Variable: Calidad de Servicio

DIMENSIÓN: Elementos Tangibles				
1	Los ambientes de la municipalidad disponen con el espacio para el tránsito cómodo de los usuarios.			
2	Los ambientes de la municipalidad son atractivos.			
3	La municipalidad dispone de áreas limpias que permiten una adecuada atención.			
4	El diseño interior que exhibe la municipalidad propicia un ambiente agradable.			
5	Los funcionarios de atención de la municipalidad se encuentran debidamente uniformados.			
6	Los funcionarios municipales de la municipalidad están atentos para resolver los requerimientos de los usuarios.			
DIMENSIÓN: Fiabilidad				
7	Los funcionarios municipales de la municipalidad brindan información precisa de los servicios.			
8	La municipalidad cumple con los compromisos que ofrece a los usuarios.			
DIMENSIÓN: Capacidad de Respuesta				
9	El tiempo de espera en la cola de atención es el adecuado.			
10	Los funcionarios que se encuentran en la línea de cajas ofrecen una atención rápida.			
11	Los funcionarios municipales de la municipalidad están preparados para resolver las preguntas de los usuarios.			
DIMENSIÓN: Seguridad				
12	Se siente seguro dentro de las instalaciones de la municipalidad.			
13	Los funcionarios de la municipalidad tratan cortésmente a los usuarios.			
DIMENSIÓN: Empatía				

14	Los funcionarios de la municipalidad muestran preocupación por los intereses de sus usuarios.					
15	Los funcionarios de la municipalidad muestran preocupación por los intereses de sus usuarios.					

Variable: Satisfacción de los Usuarios

DIMENSIÓN: Niveles de Satisfacción						
1	Se sentiría cómodo asistiendo nuevamente a la Municipalidad de Lamas.					
2	Podría recomendar a los usuarios municipales que asistan a la Municipalidad de Lamas para resolver sus inquietudes.					
3	La variedad de servicios que brinda la municipalidad es capaz de satisfacer las necesidades que tiene.					
4	La Municipalidad de Lamas cumple con los ofrecimientos al usuario.					
DIMENSIÓN: Expectativas						
5	La calidad de servicio recibida por los funcionarios de la municipalidad fue adecuada.					
6	Se vieron sus expectativas satisfechas con la calidad de servicio.					
7	El servicio de la municipalidad fue específico para sus necesidades.					
8	Los servicios ofrecidos por la municipalidad son de calidad.					
DIMENSIÓN: Rendimiento Percibido						
9	Existe calidad en los servicios recibidos en la Municipalidad de Lamas					
10	La Municipalidad de Lamas hace uso de tecnologías para brindar un mejor servicio.					

Anexo N°03: Validación por juicio de expertos

Validación del Primer Experto – Mg. A.N. Pedro Antonio Pérez Arboleda

Instrumento de Validación por Juicio de Expertos.

Validación del Primer Experto

5	PT-5	Validación de Instrumentos
---	------	----------------------------

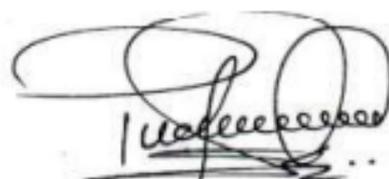
INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	PEDRO ANTONIO PÉREZ ARBOLEDA
PROFESIÓN	LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESPECIALIDAD	-
EXPERIENCIA PROFESIONAL (años)	15 años
CARGO	Docente de la Escuela de Posgrado de la UCV
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de Lamas, 2020.	
DATOS DEL TESISISTA	
NOMBRES	Mori Cachique, Ety Elisabeth
ESPECIALIDAD	Escuela de Administración
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario.
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	<p><u>GENERAL</u> Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020</p> <p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <p>Diagnosticar la percepción de calidad de servicio que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p> <p>Diagnosticar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p> <p>Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de rendimiento percibido de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p> <p>Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de expectativas de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.</p> <p>Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de niveles de satisfacción de la satisfacción de los usuarios</p>

	con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.	
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 25 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
1	Los ambientes de la municipalidad disponen de espacio suficiente para el tránsito cómodo de los usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
2	Los ambientes de la municipalidad son atractivos. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
3	La municipalidad dispone de áreas limpias que permiten una adecuada atención. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
4	El diseño interior que exhibe la municipalidad propicia un ambiente agradable. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
5	El personal de atención de la municipalidad se encuentra debidamente uniformado. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
6	Los empleados de la municipalidad se encuentran atentos a los requerimientos de los usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
7	Los empleados de la municipalidad brindan información precisa de los productos. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
8	La municipalidad cumple con las promociones que ofrece en su publicidad. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () SUGERENCIAS _____ _____
9	El tiempo de espera en la cola de atención es el adecuado. 1.Nunca, 2.Casi nunca	TA (X) TD ()

	3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	Sugerencias _____
10	Los empleados que se encuentran en la línea de cajas ofrecen una atención rápida. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
11	Los empleados de la municipalidad disponen de conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
12	Se siente seguro dentro de las instalaciones de la municipalidad. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
13	Los empleados de la municipalidad tratan cortésmente a los usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
14	Los empleados de la municipalidad muestran preocupación por los intereses de sus usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
15	Los empleados de la municipalidad muestran comprensión por las necesidades de sus usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
16	Volvería a visitar la Municipalidad de Lamas. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
17	Recomendaría a sus conocidos y/o amigos que visiten la Municipalidad de Lamas. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
18	La variedad de servicios que brinda la municipalidad satisface sus necesidades. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
19	La municipalidad cumple con los ofrecimientos al usuario. 1.Nunca, 2.Casi nunca	TA (X) TD ()

	3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	Sugerencias _____
20	La calidad de servicio ofrecida por el personal de la municipalidad fue la adecuada. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
21	La experiencia de servicio que recibió en la municipalidad superó sus expectativas. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
22	El servicio de la municipalidad se orientó a ser personalizado. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
23	Los servicios ofrecidos por la municipalidad son de calidad. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
24	El servicio de atención al cliente de la municipalidad es de calidad. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
25	La municipalidad hace uso de tecnologías para brindar un mejor servicio. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
4. PROMEDIO OBTENIDO:		N° TA (25) N° TD ()
5. COMENTARIOS GENERALES: De acuerdo a la revisión exhaustiva de la matriz de operacionalización de las variables, en la cual se han definido claramente los conceptos, las dimensiones y los indicadores, y existiendo entre estos, coherencia y consistencia con el objetivo general y los objetivos específicos, se suscribe el presente documento, dando fe de ello.		



Mg. A.N. Pedro Antonio Pérez Arboleda
Juez Experto
Colegiatura N° 313

Validación del Segundo Experto – Administrador Lic. Doc. Víctor Hugo Fernández Bedoya.

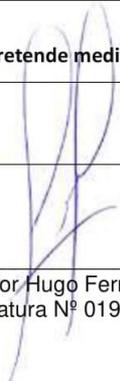
Validación del Segundo Experto

5	PT-5	Validación de Instrumentos
INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS		
1. NOMBRE DEL JUEZ	Víctor Hugo Fernández Bedoya	
2.	PROFESIÓN	Licenciado en Administración
	ESPECIALIDAD	Marketing
	GRADO ACADÉMICO	Doctor en Administración
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	12 años en puestos gerenciales
	CARGO	Docente Permanente - UNMSM
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas, 2020.		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	Mori Cachique, Ety Elisabeth
	3.2	PROGRAMA DE PREGRADO
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Cuestionario
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	GENERAL Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020.	
	ESPECÍFICOS Diagnosticar la percepción de calidad de servicio que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020. Diagnosticar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020. Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de rendimiento percibido de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020. Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de expectativas de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020. Validar la relación estadística que existe entre la calidad de servicio con la dimensión de niveles de satisfacción de la satisfacción de los usuarios con del área de administración de la municipalidad provincial de Lamas – 2020.	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL	El instrumento consta de 25 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que	

INSTRUMENTO		determinará la validez de contenido será sometido a prueba piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
01	Los ambientes municipales cuentan físicamente con espacio para el desplazamiento cómodo de los usuarios.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
02	Los ambientes municipales cuentan con un atractivo visual.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
03	La municipalidad cuenta con todas sus áreas impecables, permitiendo atender de manera adecuada.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
04	El diseño interior que exhibe la municipalidad propicia un ambiente agradable.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
05	Los funcionarios municipales siempre están correctamente uniformados.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
06	Los funcionarios municipales siempre están preparados para atender a los usuarios.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
07	Los funcionarios municipales siempre brindan información precisa a los usuarios.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
08	La municipalidad cumple con los compromisos que ofrece a los usuarios.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
09	Los usuarios no esperan mucho tiempo en la cola.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____

10	Los funcionarios municipales siempre buscan atender de manera eficaz a los usuarios.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
11	Los funcionarios municipales tienen el deseo de resolver las preguntas empáticamente a los usuarios.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
12	Se siente seguro dentro de la municipalidad.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
13	Los funcionarios municipales le tratan con cortesía y respeto.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
14	Los funcionarios municipales muestran un interés genuino por las necesidades de los usuarios.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
15	Los funcionarios municipales muestran un interés genuino por las necesidades de los usuarios.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
16	Se sentiría cómodo asistiendo nuevamente a la Municipalidad de Lamas.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
17	Podría recomendar a los usuarios municipales que asistan a la Municipalidad de Lamas para resolver sus inquietudes.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
18	La variedad de servicios que brinda la municipalidad es capaz de satisfacer las necesidades que tiene.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____
19	La Municipalidad de Lamas cumple con los ofrecimientos al usuario.	TA (X) TD () Sugerencias _____ _____

20	La calidad de servicio recibida por los funcionarios de la municipalidad fue adecuada.	TA (X)	TD ()
		Sugerencias	
21	Se vieron sus expectativas satisfechas con la calidad de servicio.	TA (X)	TD ()
		Sugerencias	
22	El servicio de la municipalidad fue específico para sus necesidades.	TA (X)	TD ()
		Sugerencias	
23	Los servicios ofrecidos por la municipalidad son de calidad.	TA (X)	TD ()
		Sugerencias	
24	Existe calidad en los servicios recibidos en la Municipalidad de Lamas	TA (X)	TD ()
		Sugerencias	
25	La Municipalidad de Lamas hace uso de tecnologías para brindar un mejor servicio.	TA (X)	TD ()
		Sugerencias	
6. PROMEDIO OBTENIDO:		N° TA (25)	N° TD ()
7. COMENTARIOS GENERALES El instrumento mide lo que pretende medir			
8. OBSERVACIONES Ninguno.			


 Juez Experto: Víctor Hugo Fernández Bedoya
 Colegiatura N° 019524

Validación del tercer Experto – metodólogo Mg. Lic. Mark y RR.HH. Miguel ángel Castillo Castro.

Instrumento de Validación por Juicio de Expertos.
Validación del Primer Experto

5	PT-5	Validación de Instrumentos
---	------	----------------------------

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		MIGUEL ANGELO CASTILLO CASTRO
PROFESIÓN		LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
ESPECIALIDAD		MARKETING Y RECURSOS HUMANOS
EXPERIENCIA PROFESIONAL (años)		10 AÑOS
CARGO		DOCENTE UNIVERSITARIO
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de lamas, 2020.		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES		Mori Cachique, Ety Elisabeth
ESPECIALIDAD		Escuela de Administración
INSTRUMENTO EVALUADO		Cuestionario.
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN		<p>GENERAL Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020.</p> <p>ESPECÍFICOS Diagnosticar el nivel de calidad de servicio del área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020. Diagnosticar el nivel de satisfacción de los usuarios del área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas – 2020. Validar la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración de la Municipalidad Provincial de Lamas, 2020.</p>
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO		El instrumento consta de 26 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
1	Los ambientes de la municipalidad disponen de espacio suficiente para el tránsito cómodo de los usuarios. 1. Nunca, 2. Casi nunca 3. A veces, 4. Casi siempre, 5. Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
2	Los ambientes de la municipalidad son atractivos. 1. Nunca, 2. Casi nunca 3. A veces, 4. Casi siempre, 5. Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
3	La municipalidad dispone de áreas limpias que permiten una adecuada atención. 1. Nunca, 2. Casi nunca	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____


Miguel A. Castro Castro
MAG. ADMR.
CLAD 09873

	3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	
4	El diseño interior que exhibe la municipalidad propicia un ambiente agradable. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
5	El personal de atención de la municipalidad se encuentra debidamente uniformado. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
6	Los empleados de la municipalidad se encuentran atentos a los requerimientos de los usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
7	Los empleados de la municipalidad brindan información precisa de los productos. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
8	La municipalidad cumple con las promociones que ofrece en su publicidad. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () SUGERENCIAS _____ _____
9	El tiempo de espera en la cola de atención es el adecuado. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
10	Los empleados que se encuentran en la línea de cajas ofrecen una atención rápida. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
11	Los empleados de la municipalidad disponen de conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
12	Se siente seguro dentro de las instalaciones de la municipalidad. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____
13	Los empleados de la municipalidad tratan cortésmente a los usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces,	TA (x) TD () Sugerencias _____ _____


Miguel A. Castro Castro
MAG. ADMR.
CLAD 02271

	4.Casi siempre, 5.Siempre	
14	Los empleados de la municipalidad muestran preocupación por los intereses de sus usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
15	Los empleados de la municipalidad muestran comprensión por las necesidades de sus usuarios. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
16	Volvería a visitar la Municipalidad de Lamas. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
17	Recomendaría a sus conocidos y/o amigos que visiten la Municipalidad de Lamas. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
18	La variedad de servicios que brinda la municipalidad satisface sus necesidades. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
19	La municipalidad cumple con los ofrecimientos al usuario. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
20	La calidad de servicio ofrecida por el personal de la municipalidad fue la adecuada. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
21	La experiencia de servicio que recibió en la municipalidad superó sus expectativas. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
22	El servicio de la municipalidad se orientó a ser personalizado. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre, 5.Siempre	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____
23	Los servicios ofrecidos por la municipalidad son de calidad. 1.Nunca, 2.Casi nunca 3.A veces, 4.Casi siempre,	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () Sugerencias _____ _____


Miguel A. Castro Castro
 MAG. ADMR.
 CLAD 00073

	5. Siempre	
24	El servicio de atención al cliente de la municipalidad es de calidad 1. Nunca, 2. Casi nunca 3. A veces, 4. Casi siempre, 5. Siempre	TA (✓) TD () Sugerencias _____ _____
25	La municipalidad hace uso de tecnologías para brindar un mejor servicio. 1. Nunca, 2. Casi nunca 3. A veces, 4. Casi siempre, 5. Siempre	TA (✓) TD () Sugerencias _____ _____
4. PROMEDIO OBTENIDO:		N° TA () N° TD ()
5. COMENTARIOS GENERALES:		


 Miguel A. Castro Castro
 MAG. ADMR.
 CLAD 03871

Anexo N°04: Carta de presentación firmado por la Escuela de Administración USS.

"Año de la Universalización de la Salud"

Ciudad Universitaria, Noviembre del 2020

Sr:
ANIBAL GUILLERMO TUESTA SANCHEZ

Gerencia De Administración Y Finanzas:
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMAS

Asunto: Solicito permiso y apoyo en investigación.

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a nombre de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales - Universidad Señor de Sipán, asimismo conocedores de su alto espíritu de colaboración, solicitar su apoyo para que nuestro(a) estudiante del IX Ciclo, pueda realizar su respectiva INVESTIGACIÓN en su institución, en horarios coordinados con su despacho.

Detalle datos del estudiante:

- Ety Elisabeth Mori Cachique, DNI: 71991046

Por lo que solicitamos, se sirva brindar las facilidades del caso a fin que nuestro(a) alumno(a) no tenga inconvenientes y logre desarrollar su trabajo.

Agradecemos por anticipado la atención que brinde a la presente; y sea propicia la oportunidad para reiterar nuestra consideración y estima.



Atentamente,

Dra. Janet Isabel Cubas Carranza
Directora de EAP DE Administración
Km5 carretera a Pimentel | CHICLAYO-PERU
T. 074-481610 Anexo 6239
yicubasc@crece.uss.edu.pe

Anexo N°05: Carta de cargo firmado en la empresa donde se realiza la investigación



**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
LAMAS**
"Capital Folklórica de la Amazonía Peruana"
"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Lamas, 30 de noviembre de 2020.

CARTA N°065-2020-GAF-MPL.

SEÑORA:

DRA: JANET ISABEL CUBAS CARRANZA
DIRECTORA DE EPA DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN - PIMENTEL

Presente. -

ASUNTO: AUTORIZA PERMISO PARA TRABAJOS DE INVESTIGACION
REF : CARTA S/N DE UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN.

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a nombre de la Municipalidad Provincial de Lamas y la vez manifestarle:

Que, habiendo recibido la Solicitud de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, con fecha 24 de noviembre del 2020, referente a la Srta. **MORI CACHIQUÉ ETY ELISABETH**. Estudiante del 9no ciclo de la Escuela Académico profesional de ADMINISTRACIÓN de, con código **2162801194**, se acepta brindarle las facilidades para la realización de sus prácticas pre-profesionales en la versión – Investigación en la Gerencia de Administración y Finanzas, demás sub gerencias y áreas, de la Municipalidad Provincial de Lamas.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente,


Efraim Anibal Callero Torres Sirochez
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

C.e
Archivo

Anexo N°06: Resolución del Proyecto



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 1175-FACEM-USS-2020

Chiclayo, 11 de noviembre de 2020.

VISTO:

El Oficio N° 0373-2020/FACEM-DA-USS de fecha 10/11/2020, presentado por el (la) Director (a) de la Escuela Académico Profesional de Administración y el proveído del Decano de FACEM, de fecha 11/11/2020, sobre aprobación de proyectos de investigación, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 20 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 210-2019/PD-USS de fecha 08 de noviembre de 2019, indica que los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad, para la emisión de la resolución respectiva. El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación.

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

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR los proyectos de investigación, de los estudiantes del IX ciclo de la asignatura de Investigación I, de la Escuela Académico Profesional de Administración, de la modalidad de estudios regular, sesión "B" - semestre 2020 II, a cargo del docente Dr. Córdova Chirinos José William, según se indica en cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

Dr. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES
Decano(e)
Facultad de Ciencias Empresariales

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
MSc. Sandra Mary Guzmán
SECRETARÍA ACADÉMICA (S)

Cc.: Escuela, Archivo

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° 1175-FACEM-USS-2020**

N°	AUTOR(A)	TEMA DE PROYECTO DE TESIS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
01	BAZÁN VILLEGAS LUIS ENRIQUE SÁNCHEZ MARTÍNEZ JAGAIRA MEDALLY	PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ROUND TRIP DE LA CIUDAD DE CHICLAYO-2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
02	LEÓN AYASTA, ALEXIS YAN CARLOS	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA DISTRIBUIDORA BMC S.A.C. CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
03	BRAVO DÁVILA LANDRY GERALDINE CALLE CHAMBE HILDA	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMAHUACA JAEN, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
04	HERNÁNDEZ VILLALOBOS ELIZABETH	GESTION DEL TALENTO HUMANO Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ANDABAMBA, SANTA CRUZ, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
05	FERNÁNDEZ CUBAS EMERSON FRANSCESCOLO	PLAN DE MARKETING VIRAL PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA GRUPO ASES CAPITAL S.A.C. - CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
06	MEZARINA QUISPE NESTOR	ESTRÉS LABORAL Y EL DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES EN EL ÁREA DE VENTAS FARMA DEL LABORATORIO MEDIFARMA S.A., LIMA, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
07	MORI CACHIQUE ETY ELISABETH	CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMAS, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
08	LIVIA MALDONADO, ROBINSON JESÚS RODRÍGUEZ DÁVILA, LUIS ALFREDO	CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL CENTRO MEDICO NEW CAR S.A.C, CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
09	CALLE YACTAYO CARLOS LUIS	GESTIÓN MUNICIPAL Y LA SEGURIDAD CIUDADANA EN LA URB FRANCISCO BOLOGNESI, DEL DISTRITO JOSÉ LEONARDO ORTIZ, CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
10	CALDERÓN VILCHEZ WENDY GENOVEVA CRUZADO YESQUEN CICELY	DESEMPEÑO LABORAL Y LAS COMPENSACIONES DE LOS TRABAJADORES EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE NUEVA ARICA -2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
11	GONZALES PIÑA JESSICA ALEXA	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA INVERSIONES M&K E.I.R.L., CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
12	SURCO BOCANEGRA BRYAN DAVID	GESTIÓN MUNICIPAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN FELIPE, JAÉN, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
13	RÍOS ROJAS MARÍA DE LOS ÁNGELES	PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN EL HOSPEDAJE MARIANA S.A.C., OYOTÚN, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
14	CORREA PINTADO ANGIE FRISILLA QUISPE QUISPE KEMMI IVANNA	LA MOTIVACIÓN Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES EN LA MUNICIPALIDAD DE GALLAYUC, CAJAMARCA, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
15	PAREDES UGAZ RICARDO MANUEL	ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX PARA INCREMENTAR EL NIVEL DE VENTAS EN LA DISTRIBUIDORA AGUA VITANIA, CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

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° 1175-FACEM-USS-2020**

16	GARCÍA MOSCOSO RICHARD ANTONIO	CALIDAD DE LA ATENCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL BBVA CONTINENTAL AGENCIA SANTA CRUZ, LIMA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
17	CAJO QUINTANA, ELIZABETH PACHERRES FERNÁNDEZ, JULIO CESAR	PROPUESTA DE HERRAMIENTAS DE MANUFACTURA ESBELTA PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA KHUNA FOODS S.A.C. – TUMBES, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
18	HOYOS ROJAS EDUARDO RIVERA DÍAZ LESLY	SATISFACCIÓN LABORAL Y LA ROTACIÓN DEL PERSONAL EN LA EMPRESA CAMPOSOL S.A., CHAO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
19	GALLO SOPLOPUCO VIVIANA GIANELLA	PLAN DE MARKETING MIX PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN EL SERVICENTRO VALERIA S.A.C. – OLMOS, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
20	CARRANZA ZULOETA ROBERTO EDUARDO	ESTRATEGIAS SEGÚN MÉTODO CANVAS Y SU RELACIÓN CON EL POSICIONAMIENTO EN LA EMPRESA COZAQUI INGENIEROS S.A.C. - CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
21	YOVERA CAMPOS MANUEL RENATO.	PLAN DE MARKETING MIX PARA AUMENTAR LA CARTERA DE CLIENTES DE LA EMPRESA PUCCIO CONTRATISTAS S.A.C CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
22	CORNEJO ROJAS GIUSEP ALBERTO	EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA KONECTA - SEDE CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
23	DÍAZ PEREYRA RONY	OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS LOGÍSTICOS DE LA 1ERA BRIGADA MULTIPROPOSITO, RIMAC, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
24	ALVARADO SALAZAR IVÁN OMAR	GESTIÓN DE RIESGOS Y LOS PROCESOS DE CONTROL EN LA DIVISIÓN DE CONTROL OPERATIVO EN LA INTENDENCIA ADUANA CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
25	BACA CALDAS CLAUDIA ELIZABETH	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES EN LA EMPRESA NORTH BUSINESS CIX EIRL, CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
26	ROJAS LEON SHEYLLA MARIZOL SOPLAPUCO TIPARRA CHARITO LIZETH	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN LA CONSTRUCTORA ELCOS GADIEL CONTRATISTAS GENERALES S.A.C. – CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
27	FARFAN SILVA MARIENI BLANCA AZUCENA	EL DESEMPEÑO LABORAL Y LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA LOYN INGENIEROS S.A.C, CHICLAYO - 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
28	LARREA SANTISTEBAN WILLY KEVIN	ESTRATEGIAS DE MARKETING DE CONTENIDOS PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DEL RESTAURANTE MI HUERTA DE TUCUME, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
29	CHAVESTA GÓMEZ VÍCTOR DOLORES	SATISFACCIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA MODALIDAD DE TRABAJO REMOTO EN LA EMPRESA KONECTA, SEDE CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
30	GÁLVEZ CASAPIA RUBÉN GUILLERMO	PROPUESTA DE UN PROCESO DE COMPRAS DE INSUMOS PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA COCINA FÁCIL S.A.C., LIMA, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
31	NÚÑEZ SALDARRIAGA ANA MILAGROS	PLAN ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA TECNO FAST, LIMA, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 1175-FACEM-USS-2020**

32	SAAVEDRA SANDOVAL LUCY MARISOL LÓPEZ VARGAS CORBACHO MARTIN ALONSO	LA SATISFACCIÓN Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MOCHUMÍ - 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
33	PINILLOS MONTEZA RICARDO ALFREDO	SATISFACCIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN FRANCISCO DE MOCUPE - 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
34	PÉREZ DÍAZ, MARTÍN ALEJANDRO	EL DESEMPEÑO LABORAL Y LA INTELIGENCIA EMOCIONAL DEL COLABORADOR DE LA DIVISIÓN DE CONTROL OPERATIVO INTENDENCIA ADUANA DE CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
35	GARCÍA JIMÉNEZ HAYNET CELI	LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA RESTOBAR ENTRE PELOTAS S.A.C, CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
36	TANANTA RIVADENEIRA PAOLA SOFÍA	LA REINGENIERÍA DE PROCESOS COMO PROPUESTA DE MEJORA EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA INVERSIONES CAVIANDINA SAC LIMA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
37	ESPINOZA PALACIOS MARCIO ALDAIR	MARKETING DIGITAL PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS DEL ECO HOSTAL MAMITA HELMITA S.C.R.L., CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
38	MONTEZA BECERRA BRAYAN SMITH	PLAN DE MARKETING MIX PARA EL MEJORAMIENTO DE VENTAS DEL MINIMARKET MARÍA FERNANDA, OYOTUN, CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
39	MERA PIZARRO JOHRDY JESÚS	PLAN DE MARKETING MIX PARA EL POSICIONAMIENTO DEL LABORATORIO CLINICO GENETICS, CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
40	BALDARRAGO GASCO TABO CABREJOS MONTENEGRO JAIME RICARDO	PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LOS INGRESOS DE LA EMPRESA CONOCE BIEN S.A.C., CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
41	OLIVA DE LA CRUZ CARLOS ALBERTO	PROCEDIMIENTO DE LA ADMINISTRACIÓN COMO FACTOR DE PREVENCIÓN DEL RIESGO DE FRAUDES DE TARJETA OH, SAN BORJA LIMA - 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
42	MEDINA MENOR YALIXA MAITE	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA AGRO INDUSTRIAL PUCALÁ, CHICLAYO, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
43	VILLACORTA LICERA MANUEL SMITH	SATISFACCIÓN LABORAL Y SINDROME DE BURNOUT EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA JJC CONTRATISTAS GENERALES S.A., LIMA, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
44	VÉLEZ ECHEVERRE ROBERTO CARLOS	LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA MYPE REPRESENTACIONES "JUAN FRANCISCO MEJIA" PIURA, 2020.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
45	FERNÁNDEZ FUENTES EDINSON LEE	EL PROCESO DE COBRANZA Y EL NIVEL DE MOROSIDAD EN LA CMAC PIURA S.A.C., AGENCIA CUTERVO, CAJAMARCA, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

Anexo N°07: FORMATO N°1 T1.C1.



FORMATO T1

FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTORA (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 15 de Enero del 2022

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presenta.

La suscrita:

Mori Cachique Ety Elisabeth, con DNI 71991046

En mí muestra de calidad como autora exclusiva de la investigación titulada: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMAS, 2020**. Presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar el título de la carrera de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo 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 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 N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Mori Cachique, Ety Elisabeth	71991046	 

Anexo N°08: Declaración Jurada



DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR:

Autora

Mori Cachique, Ety Elisabeth

Apellidos y nombres

71991046

2162801194

Presencial

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

Apellidos y nombres

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

Administración

Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Trabajo de investigación

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto y/o informe de investigación titulado

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMAS, 2020

La misma que presento para optar al título de:

2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

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

Nombre: Ety Elisabeth Mori Cachique

DNI: 71991046

Anexo N°09: Fotos de aplicación de la encuesta.



Foto N° 1: Insignia de la MPL



Foto N° 2: Parte de afuera de la MPL



Foto 5: Después de la aplicación del instrumento a fuera de la MPL.

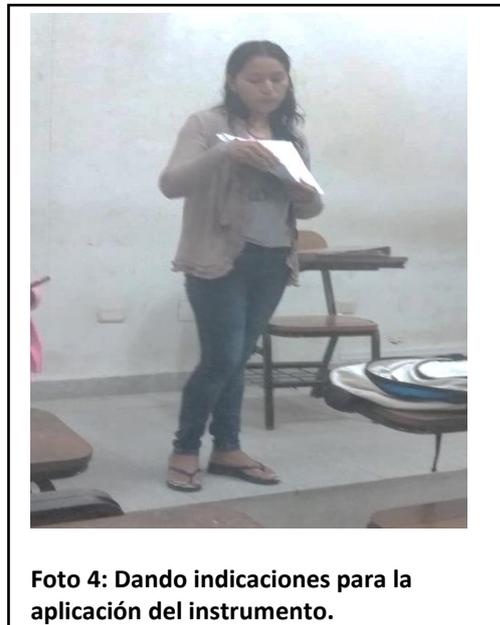


Foto 4: Dando indicaciones para la aplicación del instrumento.



Foto 3: Aplicación de la encuesta en una reunión con los usuarios de la MPL.

Anexo N°10: Turnitin

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN
DE LOS USUARIOS EN EL ÁREA DE ADMI
NISTRACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD**

AUTOR

Ety Elisabeth Mori Cachique

RECuento DE PALABRAS

11138 Words

RECuento DE CARACTERES

59732 Characters

RECuento DE PÁGINAS

48 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

240.6KB

FECHA DE ENTREGA

Mar 27, 2022 11:17 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Mar 27, 2022 11:20 PM GMT-5

● 23% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 20% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 16% Base de datos de trabajos entregados
- 7% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

Anexo N°11: Acta de aprobación de originalidad de trabajo de investigación



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°1175-FACEM-USS-2020, presentado por la Bachiller, **Ety Elisabeth Mori Cachique**, con su tesis Titulada **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMAS,2020**.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **23%** 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, 29 de marzo del 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. García Yovera', is written over a horizontal line.

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