

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

**FACULTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Escuela Profesional de Administración**



**La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la  
municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019**

Por

Delsy Galed Mamani Avendaño

Asesor:

Ing. Santos Victor Burgos Chavez

**Lima, Agosto del 2019**

## ANEXO 07 DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS

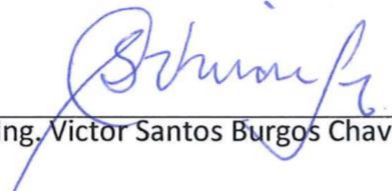
*Ing. Victor Santos Burgos Chavez*, de la facultad de ciencias empresariales, de la escuela Profesional de administración, de la Universidad Peruana Unión.

### **DECLARO:**

Que el presente informe de investigación titulado: **“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR-LIMA, 2019”** constituye la memoria que presenta la **Bachiller Delsy Galed Mamani Avendaño** para aspirar al título de Profesional de licenciado en administración, ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en *la ciudad de lima*, a los *27 días de Agosto* del año 2019.



Ing. Victor Santos Burgos Chavez.

LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA  
MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR- LIMA, 2019

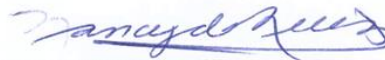
## TESIS

Presentada para optar el título profesional de licenciado en Administración con  
mención en Negocios Internacionales

### JURADO CALIFICADOR



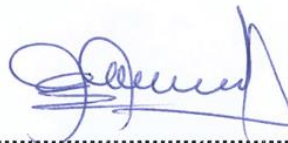
Dr. Victor Daniel Alvarez Manrique  
PRESIDENTE



Lic. Nancy Abigail Lazo Palacios  
SECRETARIA



Mg. Kelly Dafve Nuñez Rojas  
VOCAL



Lic. Carlos Eduardo Corrales Baldoce  
VOCAL



Ing. Santos Victor Burgos Chavez  
ASESOR

Lima, 15 de agosto del 2019

## **DEDICATORIA**

A mis padres Rubén Mamani y Elizabeth Avendaño, que siempre me apoyaron incondicionalmente y me forjaron a ser lo que soy.

A mis tíos que han sido un ejemplo de lucha para alcanzar mis metas.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por permitirme estudiar la Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales, por darme sabiduría y mucha fortaleza al desarrollar este trabajo de investigación.

A mis padres por su apoyo incondicional, por sus oraciones, por su confianza en mí, y velar siempre por mi bienestar.

A mi asesor Ing. Victor Burgos Chavez por su apoyo, motivación y entusiasmo al desarrollo de cada paso de esta investigación.

A los dictaminadores, quienes son de gran ayuda con sus observaciones y sugerencias al desarrollo de este trabajo de investigación.

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTOS .....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XI
RESUMEN.....	1
ABSTRACT .....	2
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1 .....	3
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y OTROS.....	3
1. Descripción de la situación problemática. ....	3
2. Formulación de los problemas de investigación. ....	7
2.1 Formulación del problema general.....	7
2.2 Formulación de los problemas específicos. ....	7
3. Justificación y viabilidad. ....	7
3.1 Justificación. ....	7
3.2 Viabilidad.....	8
4 Objetivos de la investigación.....	8
4.1 Objetivo general.....	8
4.1 Objetivos específicos. ....	8

CAPÍTULO 2.....	10
BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1. Antecedentes de la investigación.....	10
Antecedentes nacionales.....	10
2. Marco filosófico.....	14
3. Marco legal.....	16
4. Marco teórico.....	17
4.1 Calidad del servicio.....	17
4.2 Satisfacción del usuario.....	22
5. Marco conceptual.....	28
CAPÍTULO 3.....	30
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
1. Tipo de investigación.....	30
2. Diseño de la investigación.....	30
3. Hipótesis y variables.....	31
3.1 Hipótesis principal.....	31
3.2 Hipótesis derivadas.....	31
4. Identificación de las variables.....	32
5. Operacionalización de las variables.....	33
6. Definición de la población.....	37
7. Definición de la muestra.....	37

8.	Técnicas de muestreo.....	38
9.	Técnicas de recolección de datos.....	39
10.	Instrumento para la recolección de datos.....	39
11.	Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos.....	40
CAPÍTULO 4.....		41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		41
4.1	Descripción del lugar de estudio.....	41
4.2	Resultados.....	41
4.2.1	Datos Sociodemográficos.....	42
4.2.2	Datos descriptivos de la variable: Calidad de servicio.....	43
4.2.3	Datos descriptivos de la variable: Satisfacción del usuario.....	47
4.2.4	Niveles de percepción.....	49
4.2.5	Contrastación de hipótesis.....	54
4.2.6	Prueba de normalidad.....	54
4.2.7	Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.....	55
4.2	Discusión de resultados.....	63
CAPÍTULO 5.....		66
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		66
5.1	Conclusiones.....	66
5.2	Recomendaciones.....	68
LISTA DE REFERENCIAS:.....		69





## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1.</i> Operacionalización de la variable calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.	33
<i>Tabla 2.</i> Confiabilidad del instrumento que mide las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. ....	40
<i>Tabla 3.</i> Datos sociodemográficos. ....	42
<i>Tabla 4.</i> Ocupación y género.....	43
<i>Tabla 5.</i> Media y desviación estándar de fiabilidad y capacidad de respuesta. ....	44
<i>Tabla 6.</i> Media y desviación estándar de las dimensiones seguridad, empatía y elementos tangibles.....	46
<i>Tabla 7.</i> Media y desviación estándar de las dimensiones rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción. ....	48
<i>Tabla 8.</i> Escala de medición de la variable calidad de servicio y sus dimensiones. ....	50
<i>Tabla 9.</i> Niveles de percepción de la variable calidad de servicio y sus dimensiones.....	51
<i>Tabla 10.</i> Escala de medición de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones. ....	52
<i>Tabla 11.</i> Niveles de percepción de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones. ...	53
<i>Tabla 12.</i> Prueba de normalidad de la variable calidad de servicio y sus dimensiones. ....	54
<i>Tabla 13.</i> Prueba de normalidad de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones.....	55
<i>Tabla 14.</i> Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. ....	56
<i>Tabla 15.</i> Relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario. ....	57
<i>Tabla 16.</i> Relación ente fiabilidad y satisfacción del usuario. ....	58
<i>Tabla 17.</i> Relación de capacidad de respuesta y satisfacción del usuario.....	60
<i>Tabla 18.</i> Relación entre seguridad y satisfacción del usuario.....	61
<i>Tabla 19.</i> Relación entre empatía y satisfacción del usuario. ....	62

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz instrumental.....	74
Anexo 2: Matriz de consistencia. ....	76
Anexo 3: Operacionalización de variables. ....	80
Anexo 4: Instrumento de investigación.....	84
Anexo 5: Ficha técnica del instrumento de la variable calidad de servicio.....	87
Anexo 6. Ficha técnica del instrumento de la variable satisfacción de los usuarios. ....	89
Anexo 7. Validación de instrumentos. ....	91

## RESUMEN

La investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019. El tipo de estudio es descriptivo, correlacional y de diseño no experimental, de corte transversal. Se aplicó una encuesta como técnica de recolección de información. La muestra estuvo compuesta por 384 usuarios de la municipalidad. Para el procesamiento de la información, se utilizó el programa estadístico SPSS versión 22. Las pruebas de normalidad para la variable calidad de servicio y sus dimensiones aplicando el estadístico del contraste Kolmogorov – Smirnov, donde muestra que tanto la variable como sus dimensiones tienen una distribución no paramétrica o no normal, pues el nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05 en todos los casos siendo este el de 0.000. Por otro lado, para la variable satisfacción también se aplicó el estadístico del contraste Kolmogorov – Smirnov, donde se aprecia que tanto la variable como sus dimensiones tienen una distribución no paramétrica o no normal, pues el nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05 en todos los casos siendo este el de 0.000; lo que indicaría que para realizar la correlación se usaría el estadístico de correlación Rho de Spearman. Los resultados de correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima, 2019; mostrarán un p-valor (Sig.) de  $0.000 < 0.05$ , por lo que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, presentando un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.697. Se llegó a la conclusión de que existe una relación significativa moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.

**Palabras claves:** calidad de servicio, satisfacción, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to determine the relationship between the quality of service and the satisfaction of the users of the Municipality of Villa El Salvador - Lima, 2019. The type of study is descriptive, correlational and non-experimental, cross-sectional design. A survey was applied as a technique for gathering information, the sample consisted of 384 users of the municipality. For the processing of the information the statistical program SPSS version 22 was used. The normality tests for the quality of service variable and its dimensions applying the Kolmogorov - Smirnov contrast statistic, where it shows that both the variable and its dimensions have a non-distributed distribution. parametric or non-normal, because the level of significance or p-value is less than 0.05 in all cases, this being the 0.000 level. On the other hand, for the satisfaction variable, the Kolmogorov-Smirnov contrast statistic was applied. it appreciates that both the variable and its dimensions have a non-parametric or non-normal distribution, since the level of significance or p-value is less than 0.05 in all cases, this being the 0.000 level. This would indicate that to perform the correlation the Spearman's Rho correlation statistic would be used. The correlation results between the quality of service and satisfaction of the users of the municipality of Villa El Salvador-Lima, 2019; showed a p-value (Sig.) of  $0.000 < 0.05$ , so the null hypothesis was rejected and the alternative hypothesis was accepted, presenting a Rho Spearman correlation coefficient of 0.697. so it was concluded that there is a moderate significant relationship between the quality of service and the satisfaction of the users of the municipality of Villa El Salvador - Lima, 2019.

**Keywords:** quality of service, satisfaction, reliability, responsiveness, security, empathy and tangible element.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación, titulado “La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima, 2019”, tiene por finalidad contribuir al mejoramiento de la calidad de servicio para alcanzar la satisfacción de los usuarios.

La investigación se apoya en la insatisfacción generada para cubrir las expectativas de los usuarios en las diferentes áreas de atención de las instituciones públicas; por ello, se propone incidir en la calidad de servicio para una mejor atención y mayor comunicación entre los administrados y usuarios.

El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019. Y los objetivos específicos son determinar la relación que existe entre las dimensiones de la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.

El interés de investigar la relación de ambas variables, “calidad de servicio y satisfacción de los usuarios”; nace del hecho de contemplar que dimensiones se necesitan mejorar para obtener mayor satisfacción de los usuarios de la municipalidad, y estos a su vez alcancen o superen sus expectativas.

Para el desarrollo de este estudio se aplicó una encuesta como técnica de recolección de información a los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador. Se elaboró un cuestionario estructurado de 22 ítems, según la escala de medición SERVQUAL para la variable calidad de servicio, y 17 ítems, según Kotler para la variable satisfacción de los usuarios; de los cuales la muestra estuvo compuesta por 384 usuarios de la municipalidad.

El trabajo de investigación comprende de cuatro capítulos; en el primer capítulo se presenta el problema de investigación, que incluye la descripción problemática y la formulación de los problemas; también se presenta la justificación, la viabilidad y los objetivos.

En el segundo capítulo se presentan las bases teóricas de la investigación, que incluyen los antecedentes, marco filosófico, marco legal y marco teórico; lo cual servirá para que el lector conozca el tema que se quiere tratar.

En el tercer capítulo se explica la metodología empleada en la investigación, como el tipo y diseño de investigación, la hipótesis, la operación de las variables, definición de la población y muestra, las técnicas de muestreo y recolección de datos, instrumento de recolección de datos, y las técnicas para el procesamiento y análisis de datos.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados y la discusión, que incluye los cuadros estadísticos con sus respectivas interpretaciones, análisis de los resultados y la contrastación de la hipótesis.

Finalmente, están las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y OTROS

#### 1. Descripción de la situación problemática.

La globalización y los adelantos tecnológicos de una manera disruptiva han ubicado a las organizaciones en un escenario de mercado altamente competitivo, propiciado así que tales organizaciones tengan que innovar, en primer lugar, sus procesos a fin de mejorar los bienes o servicios que introducirán en el mercado, llevando calidad al cliente, que hoy por hoy está siendo más exigente. En segundo lugar, innovar las estrategias de cómo hacer llegar el bien o servicio al cliente; es decir, las organizaciones están preocupadas no solo en lo que lleva, sino cómo lleva el bien o servicio al cliente, empoderado por la información de la que dispone.

De tal manera que, el cliente ha sido, es y será la razón de ser de toda organización. El cliente es el que finalmente juzga tanto la calidad del producto como la calidad de servicio recibido, en función de la percepción y satisfacción de su necesidad, consecuentemente la actitud o la decisión que asuma el cliente al dar la preferencia a tal o cual producto o servicio que oferta la organización, permitirá la prevalencia y el posicionamiento en el mercado de dicha organización, sin clientes bien atendidos y servidos no existe organización., es decir tienen un buen producto pero una mala atención. Bajo este contexto las expectativas del cliente bajan, generando inconformidades que a la larga repercute en la disminución de los beneficios para la organización.

Ante estas circunstancias, Gutarra (2002) señala que desde el momento que el cliente está en contacto con la empresa, se debe dar la impresión de que recibirá un excelente servicio; que el producto que se le ofrecerá satisficará sus necesidades, por ello recomienda tener en cuenta: en



transmitir una actitud positiva, identificar las necesidades del cliente, ocuparse de las necesidades del cliente, y trabajar para que los clientes regresen.

Duque Oliva (2005), refiriéndose a la calidad de servicio, nos dice que, la calidad que evalúa el cliente y emite juicio, es aquella que percibe de manera global; es decir, comparando la dimensión de la calidad técnica que equivale a la calidad esperada (lo que recibe) y la calidad funcional que equivale a la calidad experimentada (como lo recibe); esto, obedece al paradigma de la desconfirmación.

Gran parte de las organizaciones están preocupadas y concentran su esfuerzo en fortalecer la calidad técnica, concentradas en la calidad del producto, descuidando la calidad funcional; es decir, consideran poco relevante la manera como se recibe el producto, que es en realidad el trato que recibe el consumidor o usuario en el desarrollo del proceso de producción del servicio. El trato que se explica mediante la actitud, el comportamiento y la experiencia que muestra el personal que atiende al consumidor o usuario (Serrano Bedia, Lopez Fernandez, & Garcia Piqueres, 2007).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry (1988) mencionan que la calidad de servicio se da cuando el cliente relaciona lo que espera recibir con la realización de los procesos, circunstancias, atributos tal como se les ha prometido, de tal manera que cubran sus necesidades y además supere las expectativas se estará dando un valor agregado al servicio, beneficiando a la empresa en cuanto a la rentabilidad; logrando la satisfacción y la fidelización de clientes.

Giese & Cote (2002) refieren que la satisfacción se da en base a respuestas manifiestas por consumidor o usuario y son: una respuesta (emocional, cognitiva y/o comportamental); la respuesta se enfoca en un aspecto en determinado (expectativas, producto, experiencia del consumo); y finalmente, la respuesta se da en un momento particular (después del consumo, después de la elección, basada en la experiencia acumulada). De allí que cuando se quiere tener un primer

acercamiento al término de satisfacción, se debería entender como una respuesta generada en el individuo bajo un contexto determinado y en un momento particular.

La calidad del servicio es un tema muy importante, esta variable debe ser considerada de manera general para la mejora continua de la organización.

La calidad en los servicios públicos es una exigencia constitucional (ley orgánica de municipalidades artículo IV & constitución política artículo 195); con la finalidad de promover un desarrollo sostenible, armónico y de adecuada prestación de servicios. Esta tarea es de competencia conjunta con todos los servidores del estado como también de la máxima autoridad.

Toda institución pública tiene un compromiso con la comunidad de brindar un servicio de calidad implicando la mejora de las condiciones de atención a los usuarios que acuden a la municipalidad. Riqueros Ramirez (2017) & Aguirre Landa (2015).

Grónroos, citado por Gaspar Sanchez & Guillen Huaman (2015), apunta que la calidad del servicio debe ser contemplada desde la óptica de los usuarios indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde las expectativas son comparadas con la percepción del servicio recibido (Roldan Arbieto, Balbuena Lavado, & Muñoz Mezarina, 2010).

Gaspar Sanchez & Guillen Huaman (2015) refieren que la satisfacción del cliente está influenciada en la evaluación que se realiza respecto a las características de un producto o servicio; en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Zeithmal, Bitner, & Gremler, citado por Gaspar Sanchez & Guillen Huaman (2015).

Chipana Melchor (2015) propone que la satisfacción es el cumplimiento de una necesidad dando como respuesta de la saciedad del cliente; en un juicio acerca de un producto o servicio que en sí mismo proporcione un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo (Oliver, citado por Gaspar Sanchez & Guillen Huaman, 2015).

Según la ley orgánica de municipalidades No 27972, las municipalidades son los gobiernos locales, unidades básicas de la organización territorial del Estado, que promueve la participación vecinal. Goza de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

Los gobiernos locales representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción de tal manera que pueda satisfacer las necesidades que los vecinos demandan de la gestión de las autoridades de turno.

La coyuntura actual que vive nuestro país, en donde las municipalidades y los gobiernos regionales se ven envueltos en escándalos nos hace vislumbrar los problemas que estas organizaciones tienen que afrontar, y si a todo esto sumamos la desconfianza, insatisfacción y descontento del vecindario, quienes sostienen con sus impuestos el presupuesto de la gestión edil, el problema se agudiza.

La demora en la atención a los requerimientos, la falta y la ambigüedad de información, la prepotencia y el mal trato en la atención, la desconfianza en las autoridades y en el personal de turno, son algunos de los problemas más resaltantes que se pueden percibir dentro del seno de las municipalidades, que trae como consecuencia que el vecindario al que se debe la gestión municipal, este descontento e insatisfecho.

Por lo expuesto, se realizará la investigación con el propósito de conocer el nivel en la calidad de servicio, y como este se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador - Lima. Cuyos resultados servirán como indicadores a ser tomados en cuenta en las decisiones de las autoridades con miras a establecer mejoras en aquellas estrategias que haya deficiencia y a fortalecer aquellas que están dando buenos resultados.

## **2. Formulación de los problemas de investigación**

### **2.1 Formulación del problema general.**

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?

### **2.2 Formulación de los problemas específicos.**

- ¿Qué relación existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?
- ¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?
- ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?
- ¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?
- ¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?

## **3. Justificación y viabilidad**

### **3.1 Justificación.**

El trabajo de investigación será benéfico para la Municipalidad, ya que este le permitirá conocer el nivel de satisfacción de los usuarios, para así tomar decisiones y proponer acciones correctivas que conlleven a mejorar la calidad de servicio de la Municipalidad de Villa El Salvador – Lima.

También, será de beneficio para los usuarios, debido a las acciones correctivas que se tomen redundado al servicio ayudaran a tener usuarios satisfechos en la atención.

La investigación cuyo objetivo de estudio es determinar en qué medida se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019, contribuirá con la información científica en las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario; tendrá un valioso aporte metodológico, porque se pondrá a disposición instrumentos validados para medir la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, los que podrán ser usados en otros trabajos de investigación.

### **3.2 Viabilidad.**

La investigación es factible, porque se cuenta con los recursos económicos y con el tiempo necesario para la elaboración y ejecución del proyecto. Finalmente, así también se posee la metodología de investigación para establecer la relación entre Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios. Además, se cuenta con el apoyo y autorización de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, que brindará sus instalaciones para el levantamiento de la información pertinente.

## **4 Objetivos de la investigación**

### **4.1 Objetivo general.**

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad provincial de Villa El Salvador – Lima, 2019.

### **4.1 Objetivos específicos.**

- Determinar la relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.
- Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.
- Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.

- Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.
- Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.

## CAPÍTULO II

### BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1. Antecedentes de la investigación

##### **Antecedentes nacionales.**

Aguirre (2015), en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015”, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha. La investigación es de tipo sustantiva y de diseño no experimental, descriptivo, correlacional y transeccional. El instrumento fue elaborado por el mismo autor y validado por tres expertos; el cuestionario tiene 20 preguntas, doce ítems para la variable calidad de servicio y ocho ítems para la variable satisfacción de los usuarios. Las alternativas de los ítems tuvieron la siguiente valoración Nunca, (02) Casi nunca, (03) Algunas veces, (04) Casi siempre y (05) Siempre. Se aplicó a una muestra aleatoria de 339 usuarios de la municipalidad; en conclusión, la correlación de acuerdo al coeficiente de Rho Spearman arrojó un valor de 0.591, lo que indica que existe una correlación positiva moderada.

Caballero (2016), en su investigación titulada “Calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Por Venir, Trujillo año 2016”, tuvo como objetivo, determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad. la investigación es de tipo correlacional descriptiva, de diseño no experimental. Para la variable calidad del servicio, se empleó el cuestionario adaptado de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), escala basada en sus cinco dimensiones. Para la variable satisfacción del usuario, elaboraron el cuestionario tomando las cinco dimensiones de la primera variable (calidad del servicio) el cual fue validado por expertos. La muestra fue de 385 pobladores; la técnica de recolección de datos

fue la encuesta. En conclusión, la correlación de acuerdo al coeficiente de Rho Spearman, arrojó 0.906 lo que significa que existe una relación directa entre las variables; es decir, a mayor calidad del servicio proporcionada por la entidad municipal, mayor será la satisfacción del usuario; en cambio, si la municipalidad suministrara un servicio de menor calidad, menor será la satisfacción de los mismos.

Carrera Fernández (2017), en su investigación, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes internos de la Universidad Peruana Unión sede Lima, 2017. El tipo de estudio fue descriptivo, correlacional, no experimental de diseño transversal. Se aplicó la encuesta como técnica de recolección de datos; para la variable calidad de servicio se utilizó el instrumento SERVQUAL y para la variable satisfacción el instrumento de Kotler; la muestra estuvo compuesta por 225 estudiantes internos de la universidad, para el procesamiento de la información utilizó el programa estadístico SPSS versión 22. En conclusión, la correlación de Rho Spearman presentó un coeficiente de correlación igual a 0.778 lo cual significa que existe una relación significativa moderada; también obtuvo un p-valor(sig.) de 0.000 por lo que rechazó la hipótesis nula y aceptó la hipótesis alterna.

Gutierrez (2017), en su investigación, tuvo como objetivo establecer la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario de los complejos deportivos de la municipalidad provincial del Santa – Chimbote 2017; de tipo no experimental y diseño descriptivo correlacional. Para recopilar información, se utilizó el cuestionario de calidad de servicio y el cuestionario de satisfacción del usuario, ambos elaborados por el mismo autor; ambos instrumentos compuestos por 15 items en la escala de medición donde (4) Es muy bueno, (3) Bueno, (2) Regular y (1) Deficiente. La muestra estuvo compuesta por 289 usuarios. En conclusión, el grado de relación que tiene la calidad de servicio y la satisfacción del usuario tuvo un  $P = 0,532$ , el cual expresa que la relación es fuerte y directamente positiva entre ambas variables.



Redhead García (2015), en su investigación, tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013. De tipo básica, pura o teórica; de diseño no experimental, transaccional y modelo descriptivo correlacional. Para recopilar información, utilizó el cuestionario de calidad de servicio (SERVQUAL), de los autores Zeithaml, Parasuraman y Berry y el cuestionario de satisfacción del cliente externos (SUCE), de los autores Susana Granado de la Orden, Cristina Rodríguez Rieiro, María del Carmen Olmedo Lucerón, Ana Chacón García, Dolores Vigil Escribano y Paz Rodríguez Pérez. La muestra fue de 317 clientes externos del Centro de Salud “Miguel Grau” del distrito de Chaclacayo. En conclusión, se tuvo como resultado una correlación de Rho Spearman 0.609 de ambas variables lo que significa que existe una relación significativa moderada entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del centro de salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, 2013.

Velarde & Medina (2016), en su investigación, tuvieron como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del centro de aplicación de Productos Unión, durante el año 2016. El tipo de investigación que desarrollaron fue descriptiva – correlacional de diseño no experimental. Para medir la calidad de servicio se utilizó el instrumento SERVQUAL elaborado por Parasuraman *et al.* (1991) y validado por Córdoba (2014) y para medir la satisfacción del cliente se utilizó las dimensiones de Kotler (2003). La muestra estuvo compuesta por 279 clientes externos como distribuidores, alumnos de la universidad, vendedores independientes, personal UPEU y clientes de la tienda, en conclusión, como resultado obtuvieron una relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente, mediante un  $P=0,000$  ( $p$  valor  $< 0.05$ ).

### **Antecedentes internacionales.**

Vera (2013), en su investigación, tuvo como objetivo determinar los atributos relevantes de la calidad en el servicio de la telefonía móvil para clientes en México; asimismo, conocer su impacto tanto en la satisfacción como en la lealtad hacia la marca. Se generó un instrumento por el mismo autor con un cuestionario de 13 ítems en la escala de Likert, lo cual se aplicó a una muestra de 180 clientes de telefonía móvil de las principales compañías en la Ciudad de México; estos quedaron distribuidos por marca de la siguiente forma: Telcel n=90, Iusacell n=51 y Movistar n=39. Las personas encuestadas comprendieron una edad de entre 20 y 60 años de un NSE C, C+ y por géneros quedó dividida en n=91 hombres y n=89 mujeres, en las pruebas estadísticas se tuvo los siguientes datos: respecto a las dimensiones estructuradas de satisfacción, se obtuvo la siguiente data; satisfacción general  $F=43,037$ , recibido contra expectativa  $F=31,426$  y recibido contra ideal  $F=24,944$ , con un nivel de significancia de 0,01. Se obtuvo un alfa de Cronbach de  $\alpha=0.741$ . También, se realizó un análisis de fiabilidad por mitades, el coeficiente de Spearman-Brown dio un valor de  $r=0.687$ . Estos resultados indican que el instrumento tiende a estar dentro de niveles de consistencia interna y estabilidad mínimos aceptables, aunque estas cifras no se pueden considerar como coeficientes especialmente altos.

Gracia & Grau (2008), en su investigación, tuvieron como objetivo conocer en qué medida los atributos de la calidad de servicio que perciben los clientes de establecimientos turísticos, fomentan la predisposición a ser un cliente leal a una compañía. La investigación se desarrolló en España, es de tipo correlacional explicativa y de diseño experimental. Se miden los atributos de la calidad de servicio que perciben los clientes de establecimientos turísticos, que fomentan la predisposición a ser un cliente leal de los hoteles y restaurantes en España, siendo el criterio para participar en el estudio el haber comido o cenado allí, logrando encuestar a 1167 clientes de 116 establecimientos turísticos. Se utilizó el instrumento SERVQUAL y la escala de Parasuraman, y

Cols (1991), obteniendo una regresión múltiple de  $r^2 = 0.511$  entre la calidad del servicio y la lealtad intención de compra, y un  $r^2 = 0.505$  entre la calidad del servicio y la lealtad intención de recomendación. Indicando que los atributos de la calidad de servicio influyen de forma diferente en la lealtad del cliente.

Diab, Mohamed, Hassan, & Saad (2016), en su investigación, tuvieron como objetivo identificar las dimensiones claves subyacentes de la calidad del servicio y su impacto sobre la satisfacción de los consumidores, y la lealtad en el contexto de los restaurantes en Sudán, a través de una investigación correlacional explicativa y de diseño experimental, con el método de muestreo de *convenience-sampling*. Se utilizó el instrumento DINESERV y los *word of mouth and purchase intention battery*, teniendo una muestra de 387 clientes. En conclusión, obtuvieron  $r = 0.418$  entre la calidad del servicio y la lealtad del cliente, y un  $r = 0.639$  entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Demostrando sobre la base de los análisis que el compromiso, empatía, tangibilidad y la fiabilidad son las dimensiones más importantes y que tienen influencia positiva en la satisfacción del cliente. Al mismo tiempo seguridad, empatía y la tangibilidad son las dimensiones más importantes que tienen influencia positiva en la lealtad del cliente.

## **2. Marco filosófico**

El servicio es prestar asistencia a quien necesita ayuda y nace del amor genuino que se siente por Dios, pues es él quien nos da la oportunidad de ayudar a nuestro prójimo. El amor es más que un sentimiento; cuando amamos a los demás, deseamos ayudarlos y servir con lo que tengamos a la mano, muchas veces puede ser de manera económica, apoyo moral, un consejo, víveres, etc.

En Mateo 20: 26-27, encontramos una historia sobre la madre de dos de sus discípulos le pidió que honrara a sus hijos en su reino, Jesús le respondió: “Mas entre vosotros no será así, sino que el que quiera hacerse grande entre vosotros será vuestro servidor; y el que quiera ser el primero

entre vosotros será vuestro siervo”. De este texto se puede deducir la importancia del servicio hacia los demás sin velar por nuestros propios intereses.

En la biblia se puede apreciar que Jesús enseñó a que todos debemos estar dispuestos a prestar servicio y al realizarlo hacerlo bien. En un vocabulario empresarial a prestar un servicio de calidad. En Colosenses 3: 23,24, dice claramente el texto “Y todo lo que hagáis, hacedlo de corazón, como para el Señor, y no para los hombres, sabiendo que del Señor recibiréis la recompensa de la herencia, porque a Cristo el Señor servís”. Este texto aplicado en el rubro empresarial nos insta a brindar un servicio de calidad, pues la manera en que sea atendido será el reflejo de satisfacción del cliente con el producto o servicio que se ofrece.

Mientras Jesús vivió en esta tierra fue ejemplo claro de lo que significa un servicio de calidad, pues Él sirvió al pobre, al ignorante, al pecador, al despreciado; enseñó el Evangelio a todos los que quisieron oírlo, alimentó a la gente hambrienta que iba a escucharlo, sanó a los enfermos y levantó a los muertos. Y todo lo que realizó aquí tuvo un efecto positivo hacia los demás, pues la gente se quedó maravillada con todo lo que hacía y por eso muchas personas lo seguían y querían saber más de Él.

De tal manera que, la calidad de servicio que se ofrece será parte del reflejo de quienes lo brinda, como dice en Filipenses 2: 4 “Ninguno busque únicamente su propio bien, sino también el bien de los otros”.

Por lo tanto, brindemos un servicio de calidad a las personas de la misma manera que nos gustaría que lo hagan con nosotros.

### **3. Marco legal.**

Las principales normas que regulan el funcionamiento de la Municipalidad de Villa El Salvador – Lima.

- Constitución política del estado.
- Ley N° 27444, Ley del procedimiento administrativo general.
- Ley N° 27806, Ley de transparencia y acceso a la información pública.
- Ley N° 27972, Ley Orgánica de municipalidades.
- Ley N° 27783, Ley De bases de descentralización.
- Ley N° 27293, Ley Que crea el sistema nacional de inversión pública.
- Ley N° 27444, Ley De procedimiento administrativo general.
- Ley N° 28478, Ley Del sistema de seguridad y defensa nacional.
- Ley N° 28876, Ley Del control interno.
- Ley N° 28976, Ley Marco de licencia de funcionamiento.
- Ley N° 29090, Ley De regulación de habitaciones urbanas y de edificaciones.

#### **4. Marco teórico.**

##### **4.1 Calidad del servicio.**

La calidad de servicio puede ser definida como la diferencia que existe entre las expectativas del cliente y sus percepciones; como una medida del desempeño y la valoración del servicio.

##### **La calidad de servicio como la diferencia entre las expectativas y las percepciones.**

La calidad de servicio es el resultado de la diferencia entre lo que el cliente espera recibir y lo que percibe del servicio (Barroso, 2000, citado por (Roldan Arbieto et al., 2010)). Siendo un juicio subjetivo por parte del cliente (Grönroos, 1984, citado por (Vera & Espinosa, 2013)). El cual es producido por la interacción acumulada entre el cliente y la persona de contacto de la empresa, Taylor (1992); citado por Lai (2015), donde las expectativas del cliente juegan un rol importante a la hora de juzgar el servicio de un establecimiento, debido que lo evaluarán de acuerdo con lo que ellos esperan que se les brinde, con lo que ellos perciben que reciben (Parusaraman, et al., 1988, citado por Feria Cruz, Herrera Estrada, & Rodrigues Esquivel, 2013). Relacionados a un conjunto de elementos secundarios, cuantitativos, cualitativos del servicio; Atencio Cardenas & González Pertuz, (2007).

##### **La calidad de servicio como una medida del desempeño.**

Sin embargo, Cronin y Taylor (1992), citado por Edison J. Duque Oliva & Chaparro Pinzon (2012), definen la calidad del servicio como una medida de desempeño, el cual considera únicamente las percepciones y no de la diferencia entre expectativas y desempeño. Afirmando que las expectativas no aportan información suplementaria a la ya contenida por las propias percepciones, y por su tendencia a alcanzar un valor alto (Brow, Churchill y Peter, 1993, citado por Setó Pamies, 2003). Así mismo, el desempeño del servicio que percibe el cliente está

comprendido por dos dimensiones, los intangibles como la atención del personal, y los tangibles como las instalaciones físicas, (Stevens et al., 1995, citado por Vera & Trujillo, 2009).

### **La calidad de servicio como la valoración del servicio.**

Por otro lado, la calidad de servicio es definido como la valoración del cliente respecto al servicio brindado, evaluándolo como un todo, la cual puede ser total o inexistente (Horovitz ,1997, citado por Atencio Cardenas & González Pertuz, 2007). No existiendo la disociación de sus componentes, sino prevalencia de la impresión en conjunto, y no el éxito relativo de una u otra acción específica (Vértice, 2008).

### **Dimensiones de la calidad del servicio:**

#### **Capacidad de respuesta.**

Caballero Noriega (2016) define como la voluntad para brindar servicio en el tiempo asignado, realizando operaciones rápidamente y respondiendo las demandas de manera inmediata. Por cuanto a si existiese algún error cometido, la empresa, debe reaccionar de la mejor manera posible. Sandoval, citado por Aguirre (2015).

#### **Elementos tangibles.**

Se puede asociar al aspecto de las instalaciones físicas, como del personal, materiales empleados, entre otros. Moyano, citado por Caballero Noriega (2016).

#### **Fiabilidad.**

Capacidad de prestar el servicio, cumpliendo con lo acordado. Caballero Noriega (2016).

#### **Seguridad.**

Gonzales Salas (2015), conocimiento y atención mostrado por parte del personal, capacidad de brindar e inspirar confianza.

#### **Empatia.**

Quispe Huayta & Maza Torres (2018), muestra de interés individualizada.

**Competencias.**

Consiste en poseer habilidades, y destrezas requeridos para desempeñar el servicio. Caballero Noriega (2016) & Sandoval citado por Aguirre, (2015).

**Accesibilidad.**

Sandoval, citado por Aguirre (2015) y Caballero Noriega (2016), lo definen como la facilidad de contacto, comunicación y acercamiento. Logrando una atención expedita al cliente.

**Comprensión.**

Caballero Noriega (2016) señala que esto implica conocer al cliente, sus necesidades brindando una atención personalizada. Comunicación, el lenguaje empleado por la organización debe ser clara y precisa, adecuándolo para cada tipo de cliente, así como también, prestar atención a sus dudas e inquietudes mostrando disposición para escucharle. Sandoval citado por Aguirre, (2015).

**Cortesía.**

Caballero Noriega (2016) comprende como la atención, aprecio, respeto y simpatía del personal hacia el cliente. Como también la amabilidad con que es tratado. Sandoval, citado por Aguirre (2015).

**Credibilidad.**

Sinceridad, rectitud, veracidad y honestidad en el servicio prestado, con el objetivo de lograr la satisfacción de las necesidades de los usuarios. Sandoval, citado por Aguirre, (2015) & Caballero Noriega (2016).



## **Modelos de medición de la calidad del servicio.**

En la literatura existen diversos modelos de medición, sin embargo, las evaluaciones de la calidad del servicio se agrupan alrededor de cuatro modelos de medición importantes que fueron analizados.

### **Modelo de la Imagen.**

El modelo de Grönroos (1984), formuló el modelo de la imagen, que relaciona la calidad con la imagen corporativa, planteando que la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica y la calidad funcional, y estas se relacionan con la imagen corporativa, Gelvez (2010). Teniendo como característica que el cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa. Todo ello transversalmente en las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio. Así mismo, afirma que el nivel de calidad total percibida no está determinado realmente por el nivel objetivo de las dimensiones de la calidad técnica y funcional sino que está dado por las diferencias que existen entre la calidad esperada y la experimentada, Duque Oliva (2005). Sin embargo, su implementación es compleja debido a la falta de instrumentos de medición y metodología de aplicación bien definido (Balmori & Flores, 2014).

### **Modelo SERVQUAL (expectativas vs percepción)**

El primer modelo fue elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) que se denomina SERVQUAL, el cual partió del paradigma de la desconformidad, al no hallar un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio percibida, desarrollando así, un instrumento que les permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente (Edison Jair Duque Oliva, 2005). El modelo vincula cuatro elementos formadores de expectativas: la comunicación boca-oído, las necesidades personales de los usuarios,

sus experiencias previas y las comunicaciones externas de la firma; y estaba conformado inicialmente por diez dimensiones para valorar la calidad del servicio (Samuel, Luisa, & Stanescu, 2015). Posteriormente, las críticas recibidas, manifestaron que estas diez dimensiones no son necesariamente independientes unas de otras, encontrando a base de estudios estadísticos correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco. (Edison Jair Duque Oliva, 2005). A partir de las cinco dimensiones anteriores, desarrollan en 1988 el modelo multidimensional SERVQUAL, donde plantearon 22 preguntas desde el punto de vista del usuario asociadas a sus expectativas, e igual número de ítems sobre sus percepciones del servicio recibido, evaluados en una escala de Likert de siete puntos, conformando así el instrumento con 44 ítems. De esta manera, cuando las expectativas son superadas, el servicio puede considerarse de excepcional calidad. Cuando no se cumplen las expectativas del usuario, el servicio se califica como deficiente. Finalmente, cuando se cumple exactamente el nivel de expectativas del usuario, se define como un servicio de calidad satisfactoria (Samuel *et al.*, 2015).

### **Modelo SERVQUAL (Desempeño)**

El tercero de Cronin y Taylor (1992) investigaron la capacidad de medición de una escala más concisa que la SERVQUAL, basada exclusivamente en el desempeño, para ello tomaron las dimensiones del modelo SERVQUAL. La escala fue denominada modelo SERVPERF. Según los autores, el concepto de la escala Servqual es inadecuada, pues goza de escaso apoyo teórico, debido a que en la literatura de marketing de servicios ofrece más apoyo a la superioridad de las medidas de la calidad de servicio basadas en el desempeño. Además, compararon empíricamente la superioridad del modelo por ellos propuesto respecto a otras alternativas, García Mestanza & Díaz Muñoz (2008). Esto fue apoyado por otros autores, argumentando que las expectativas no aportan información suplementaria a la ya contenida por las propias percepciones, y por su tendencia a alcanzar un valor alto de por sí, Brow, Churchill y Peter (1993); citado por Pamies (2003). No

obstante, a pesar de que Cronin y Taylor probaron en cuatro industrias diferentes que su modelo era superior al de Parasuraman y sus colegas, éste no logró la popularidad del SERVQUAL, Adil (2013); citado por Balmori & Flores (2014).

### **Modelo DINESERV**

Finalmente, el modelo cuantitativo multidimensional conocido como DINESERV, desarrollado por Stevens, Knutson & Patton (1995), derivado de la metodología Servqual, pero tiene un enfoque específicamente a la industria restaurantera, manteniendo las cinco mismas dimensiones: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, Guzmán & Cárcamo (2014). El modelo DINESERV se adaptó para para determinar cómo los clientes perciben la calidad del servicio en los restaurantes, para utilizarlo como un continuo asesoramiento en las percepciones del cliente en la calidad del restaurante. La calidad del servicio percibido es una función entre tres variables independientes: expectativas normativas, expectativas predictivas y servicio de calidad actual. En donde si los clientes tienen un baja expectativa del consumidor, mayor será la percepción del servicio actual, Acosta (2016).

### **4.2 Satisfacción del usuario.**

La satisfacción puede ser conceptualizada como la respuesta de la saciedad del cliente, como el cumplimiento de una necesidad que tiene el cliente, como la evaluación que realiza el cliente respecto al servicio y como el nivel del estado de ánimo de una persona que compara un producto o servicio.

Según Oliver (2009), en Gaspar Sanchez & Guillen Huaman (2015), expone que la satisfacción es la respuesta de la saciedad del cliente respecto a las características de un producto o servicio, o de que un producto o servicio en sí mismo proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo. Así mismo, Reyes (2009), citado por Velarde Mamani & Medina Gutiérrez (2016), señala que el cliente durante el proceso de adquirir el

producto o servicio, experimenta diferentes grados de satisfacción. Si la actuación del producto o servicio no llega a completar sus expectativas, el cliente queda insatisfecho. Mientras que, si el producto o servicio está a la altura de sus expectativas, el cliente quedara satisfecho.

Chipana Melchor (2015) define a la satisfacción como el cumplimiento de una necesidad, deseo y pasión que tiene el cliente por el producto o servicio. Así mismo, el autor señala que la satisfacción es: “estar satisfecho con algo (o alguien) que tiene que ver, a su vez con algo que se quiere (que se espera, que se desea, etc.) y con lo que se entra en relación a la espera de un cierto efecto”.

Por otro, Zeithmal, Bitner, & Gremler, citado por Gaspar Sanchez & Guillen Huaman, (2015), se refieren a la satisfacción como la evaluación que el cliente realiza respecto al producto o servicio brindado por la organización, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Gaspar Sanchez & Guillen Huaman (2015) señala la satisfacción del cliente en cuanto un producto o servicio está influenciado significativamente, por la evaluación que hace el sobre las características del producto o servicio.

Por último, Kotler ( 2017) define a la satisfacción como: “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar un producto o servicio. Luego de dicha adquisición, los clientes experimentan uno de estos tres niveles o grados de satisfacción. A) Insatisfacción. Ocurre cuando la atención recibida o producto no alcanza las expectativas del cliente b) Satisfacción. Ocurre cuando la atención recibida coincide con las expectativas del cliente. c) Complacencia. Ocurre cuando la atención recibida excede a las expectativas del cliente”.

## **Dimensiones de la satisfacción del usuario:**

### **Confianza en el servicio.**

Es la seguridad o esperanza que el cliente tiene del servicio (Aguirre Landa, 2015).

### **Tiempo de espera.**

Gonzalez Pascual (2015) recomienda poner mayor atención al tiempo de espera de los clientes u usuarios cuando son atendidos; pues dicho tiempo de espera puede ser percibido por los clientes.

### **Expectativas.**

Quispe Huayta & Maza Torres (2018) definen como el resultado que el cliente espera conseguir del producto o servicio que adquiere. Llegando a comparar su percepción de los beneficios con relación a las expectativas del beneficio a recibir del mismo. Herán (2004), citado por Quispe Huayta & Maza Torres (2018).

### **Atención del servicio.**

Gonzalez Pascual (2015) recomienda que el sistema de atención del servicio debe estar basada en justicia y equidad.

### **La amabilidad del servidor.**

Gonzalez Pascual (2015) menciona que las habilidades interpersonales de los empleados de un establecimiento (actitud de servicio, amabilidad, tacto, etc.) pueden influenciar en la satisfacción del cliente.

### **La confiabilidad.**

Redhead García (2015) define como la “Capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa”. La confiabilidad significa cumplir promesas acerca de la entrega, la prestación del servicio, la solución de problemas y los precios; la confiabilidad es también tener credibilidad, veracidad y honestidad. De otra forma, la confiabilidad se puede definir

también como el cumplimiento de que un producto realizará su función prevista por un período de tiempo especificado y bajo condiciones indicadas. Zeithman, Valerie A. y Jo Bitner (2002) citado por Redhead García (2015).

### **Validez.**

Redhead García (2015) menciona a la validez como la característica principal del servicio que brinda el servidor de una manera correcta y eficaz; además de la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera en concordancia con las expectativas del cliente.

### **Trato recibido.**

Es la acción y efecto de trato que recibe los usuarios o personas a solicitar el servicio (Aguirre Landa, 2015).

### **Lealtad.**

Reichheld Frederick F. (2003), citado por Redhead García (2015), define la lealtad como “El sello distintivo de los grandes líderes y se da cuando los líderes pueden ayudar a sus empleados a construir relaciones con los clientes correctos: los clientes que puedan crear un valor tan consistente, que quieran regresar por más, tarde o temprano hacer todos sus negocios con esta compañía”.

### **Modelo de medición de satisfacción del usuario.**

### **Elementos de la satisfacción según Philip Kotler (2003).**

Kotler (citado por Carrera Fernández, 2017) menciona que la satisfacción está formada por tres elementos, que son: rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción.

## **Rendimiento percibido.**

Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de haber obtenido un servicio. La cual tiene las siguientes características:

1. Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
2. Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio, en las percepciones del cliente.
3. Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
4. El estado de ánimo del cliente y su razonamiento influye en la percepción del mismo cliente.

## **Expectativas.**

Según Kotler (citador por Carrera Fernández, 2017), las expectativas del cliente es el resultado de: promesas explicativas del servicio, es la afirmación que da la empresa al cliente sobre el servicio; promesas implícitas del servicio, son las ideas del cliente relacionadas al servicio sin haber recibido ninguna afirmación de la empresa; comunicación boca-oreja, es una fuente comunicación ecuánime y aceptable; experiencia pasada, cuando el cliente ya ha obtenido una experiencia con el producto o el servicio anteriormente.

Según Hoffman & Bateson (2002; citado por Carrera Fernández, 2017), existen tres tipos de expectativas:

1. **Servicio pronosticado:** Es una expectativa probable y refleja que el cliente piensa o probablemente recibirá al tratar con el personal de servicio.

2. **Servicio ideal:** Es el reflejo de lo que el cliente realmente desea y piensa que es un servicio ideal.
3. **Servicio adecuado:** Es la expectativa mínimo tolerable refleja el grado del servicio que el cliente está dispuesto a aceptar.

### **Niveles de satisfacción.**

El cliente experimenta uno de los 3 niveles o grados de satisfacción los cuales son:

1. **Insatisfacción:** Aguirre Landa (2015), describe que la insatisfacción se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no cumple con los requerimientos y expectativas del cliente a esto se añaden Chipana Melchor (2015) & Redhead García (2015).
2. **Satisfacción:** Aguirre Landa (2015) señala que la satisfacción se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio coincide con las expectativas del cliente; Chipana Melchor (2015) & Redhead García (2015).
3. **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido supera las expectativas del cliente; ya que recibió más de lo esperado; Chipana Melchor (2015), Aguirre Landa (2015) & Redhead García (2015).

Aguirre Landa (2015), debido a todo lo mencionado anteriormente no cabe duda, que el tener clientes complacidos o satisfechos es uno de los factores clave para alcanzar el éxito en las organizaciones. Para ello, una empresa necesita determinar los niveles de satisfacción de sus clientes realizando la siguiente operación:

Rendimiento percibido - Expectativas = Nivel de satisfacción del cliente. **BENEFICIOS.**



## **5. Marco conceptual**

### **Calidad de servicio**

Es la diferencia entre las expectativas del cliente que espera recibir y lo que recibe; como una medida del desempeño y la valoración del servicio.

### **Fiabilidad.**

Capacidad de prestar el servicio, cumpliendo con lo acordado.

### **Capacidad de respuesta**

Es la voluntad o disponibilidad para brindar un servicio en el tiempo asignado, procesando operaciones rápidamente y respondiendo rápidamente a las demandas.

### **Elementos tangibles.**

Se puede asociar al aspecto de las instalaciones físicas, como del personal, materiales empleados, entre otros.

### **Empatía.**

Muestra de interés individualizada.

### **Seguridad.**

Conocimiento y atención mostrado por parte del personal, capacidad de brindar e inspirar confianza.

### **Satisfacción.**

La satisfacción es la respuesta de la saciedad del cliente, como el cumplimiento de una necesidad que tiene el cliente, como la evaluación que realiza el cliente respecto al servicio y como el nivel del estado de ánimo de una persona que compara un producto o servicio.

### **Rendimiento percibido.**

Es el desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de haber obtenido un servicio.

### **Expectativas.**

Las expectativas del cliente es el resultado de promesas explicativas del servicio, es la afirmación que da la empresa al cliente sobre el servicio; promesas implícitas del servicio, son las ideas del cliente relacionadas al servicio sin haber recibido ninguna afirmación de la empresa; comunicación boca-oreja, es una fuente comunicación ecuánime y aceptable; experiencia pasada, cuando el cliente ya ha obtenido una experiencia con el producto o el servicio anteriormente.

### **Niveles de la satisfacción del usuario.**

El cliente experimenta uno de los 3 niveles o grados de satisfacción los cuales son:

- **Insatisfacción:**

La insatisfacción se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no cumple con los requerimientos.

- **Satisfacción:**

La satisfacción se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio coincide con las expectativas del cliente.

- **Complacencia:**

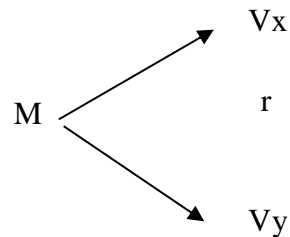
Se produce cuando el desempeño percibido supera las expectativas del cliente; ya que recibió más de lo esperado.

## CAPÍTULO III

### MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1. Tipo de investigación.

La investigación es cuantitativa, descriptiva y correlacional conforme con Malaga, Vera, & Ramos (2008), cuantitativa porque será explicada estadísticamente, descriptiva, porque se describe tal cual la muestra y correlacional, porque se determinara en qué medida se relaciona la calidad de servicio con la satisfacción del usuario, que han sido tomadas como las variables de estudio.



Dónde: M = Muestra

Vx = Variable x (calidad de servicio)

Vy = Variable y (satisfacción de los usuarios)

r = relación entre las variables

#### 2. Diseño de la investigación.

La investigación es de diseño no experimental y de corte transversal acorde con Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio (2010), no experimental porque, no se han

manipulado las variables y de corte transversal, debido a que la información se recolecta en un solo momento y en un tiempo específico.

### **3. Hipótesis y variables.**

#### **3.1 Hipótesis principal.**

Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima, 2019.

#### **3.2 Hipótesis derivadas.**

- Existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.
- Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.
- Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta tiene una relación significativa con la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador - Lima, 2019.
- Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.
- La empatía tiene una relación significativa con la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

#### **4. Identificación de las variables.**

##### **Variable predictora:**

Calidad del servicio.

##### **Dimensiones:**

- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía
- Elementos tangibles

##### **Variable criterio:**

Satisfacción de los usuarios

##### **Dimensiones:**

- Rendimiento percibido
- Expectativas
- Niveles de satisfacción

## 5. Operacionalización de las variables.

**Tabla 1**

*Operacionalización de la variable calidad de servicio y satisfacción de los usuarios*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL		DEFINICIÓN OPERACIONAL
Variable Predictora: Calidad de servicio	Fiabilidad	Promesa Eficiencia Eficacia	1)	Cuando el empleado que atiende en la municipalidad promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca 2= Casi siempre 3= Siempre
			2)	Cuando Ud. Tiene un problema, el personal que lo atiende muestra sincero interés de resolverlo.	
			3)	Los empleados de la municipalidad desempeñan el servicio de manera correcta e inmediata.	
			4)	Los empleados de la municipalidad proporcionan sus servicios de acuerdo a la normativa de manera correcta e inmediata.	
			5)	Los empleados de la municipalidad mantienen informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.	
	Capacidad de respuesta.	Comunicación Disposición Agilidad	6)	Los empleados de la municipalidad le brindan el servicio con prontitud.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca 2= Casi siempre
			7)	Los empleados de la municipalidad le brindan atención rápida y oportuna.	

		8)	Los empleados de la municipalidad siempre se muestran dispuestos a ayudar al usuario.	3= Siempre
		9)	Los empleados de la municipalidad siempre están dispuestos a atender al usuario.	
Seguridad	Confianza Cortesía Agilidad	10)	El comportamiento de los empleados de la municipalidad, le inspira confianza	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca 2= Casi siempre 3= Siempre
		11)	Se siente seguro al realizar transacciones en la municipalidad.	
		12)	Los empleados de la municipalidad lo tratan siempre con cortesía.	
		13)	Los empleados de la municipalidad cuentan con el conocimiento para responder sus consultas.	
Empatía	Atención Comprensión Necesidades	14)	Los empleados de la municipalidad le brindan atención individual.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca 2= Casi siempre 3= Siempre
		15)	La municipalidad cuenta con empleados que brinden una atención personal.	
		16)	Los empleados de la municipalidad se preocupan por cuidar los intereses de sus usuarios.	
		17)	Los empleados de la municipalidad entienden sus necesidades específicas.	

	Elementos tangibles	Instalaciones Empleados Materiales	18)	La apariencia de equipos de la municipalidad es moderna.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca 2= Casi siempre 3= Siempre
			19)	Las instalaciones físicas de la municipalidad son visualmente atractivas.	
			20)	La presentación de los empleados de la municipalidad es buena.	
			21)	Los materiales asociados con el servicio (folletos o catálogos) son visualmente atractivos.	
			22)	Los horarios de actividades son convenientes.	
<b>Satisfacción del usuario</b>	Rendimiento percibido	Resultados Percepción Desempeño	23)	Siente que la municipalidad está identificado con usted.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca 2= Casi siempre 3= Siempre
			24)	Se siente conforme con el desempeño de los empleados de la municipalidad.	
			25)	El servicio que solicito es según sus especificaciones propias.	
			26)	Se siente cómodo con el ambiente que ofrece la municipalidad.	
			27)	Le gusta la forma de trabajo de la municipalidad.	



		28)	El desempeño de los empleados de la municipalidad lo percibo como algo sin importancia.	
Expectativas	Motivación Experiencias	29)	Valoro el esfuerzo que brindan los empleados de la municipalidad.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca 2= Casi siempre 3= Siempre
		30)	Se recepciona el servicio de manera conforme.	
		31)	El servicio que brinda la municipalidad es el esperado.	
		32)	En la municipalidad existen facilidades para una buena experiencia en el servicio.	
		33)	La municipalidad se responsabiliza por cualquier inconveniente en el servicio prestado.	
Niveles de satisfacción	Insatisfacción Satisfacción Complacencia	34)	Se siente insatisfecho con los precios que establece la municipalidad.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca 2= Casi siempre 3= Siempre
		35)	Siente que recibe un buen servicio por la municipalidad.	
		36)	Le satisface los horarios y tiempo de entrega de servicio por parte de los empleados de la municipalidad.	
		37)	Le complace la cortesía de los empleados de la municipalidad.	
		38)	Está satisfecho con las facilidades de pago que brinda la municipalidad.	
		39)	Le satisface el cumplimiento de la entrega del servicio según sus necesidades específicas.	

## **6. Definición de la población.**

Para Arias (2012), una población es el conjunto de todos los elementos con características comunes y puede ser finito o infinito, dependiendo de las limitaciones especificadas por el problema y por los objetivos de estudio. Las conclusiones de la investigación serán inferidas a la población.

La población sujeta, de estudio de la presente investigación, está formada por los habitantes del distrito de Villa el Salvador, que según INEI (2017) en el último censo registró una población de 393,254 habitantes.

## **7. Definición de la muestra.**

Por el tamaño de nuestra, la población resulta imposible abarcar a la totalidad de los elementos, entonces, recurrimos a seleccionar una muestra. Arias (2012), la muestra es un subconjunto finito y representativo, que conserva las características de la población accesible. En la presente investigación se determinó el tamaño de la muestra en forma probabilística; obteniendo una representación de 384 usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima.

Para hallar el tamaño de muestra, se utilizó la fórmula de poblaciones infinitas, considerando: la proporción de clientes satisfechos ( $p=50\%$ ), el margen de error máximo (5%) y la desviación del valor medio asociado al nivel de confianza deseado ( $Z=1,96$ ). El tamaño de muestra final fue de 384 usuarios, según se muestra a continuación:

$$n = \frac{N * z^2(1 - \alpha / 2 * P * (1 - P))}{(N - 1) * C^2 + z^2(1 - \frac{\alpha}{2}) * P * (1 - P)}$$

$$n = \frac{393254 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(393254 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 384$$

## 8. Técnicas de muestreo.

Determinado el tamaño de la muestra, se procedió a la selección de los elementos participantes en el estudio, a través de un muestreo no probabilístico, en donde no se conoce la probabilidad que tienen los elementos para integrar la muestra (Arias, 2006). El muestreo fue causal o accidental, en donde se elige arbitrariamente los elementos sin un juicio o criterio preestablecido.

### **Criterios de inclusión:**

- Ciudadanos que vivan en la jurisdicción del Distrito Villa el Salvador
- Ciudadanos mayores de 18 años
- Ciudadanos menores de 65 años

### **Criterios de exclusión:**

- Ciudadanos que vivan fuera de la jurisdicción del distrito Villa el Salvador
- Ciudadanos menores de 18 años
- Ciudadanos mayores de 65 años

## **9. Técnicas de recolección de datos.**

Para poder recolectar los datos de la muestra, se utilizará la técnica de encuestas, así como el instrumento de cuestionarios, que fue previamente elaborado y revisado sobre la base de las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario.

## **10. Instrumento para la recolección de datos.**

Para la variable “Calidad de servicio” se utilizará el cuestionario creado por Parasumaran (1991). Este cuestionario tiene 5 dimensiones, conformadas por 22 ítems, fiabilidad (5 preguntas), capacidad de respuesta (4 preguntas), seguridad (4 preguntas), empatía (5 preguntas) y elementos tangibles (4 preguntas); todas las preguntas en una escala de Likert de 3 niveles: 1(nunca), 2 (casi siempre) y 3 (siempre).

Para la variable “satisfacción de los usuarios” se desarrollará el cuestionario desarrollado por Kotler (2003). Este cuestionario está conformado por 3 dimensiones: rendimiento percibido (6 preguntas), expectativas (5 preguntas) y niveles de satisfacción (6 preguntas). todas las preguntas en una escala de Likert de 3 niveles: 1(nunca), 2(casi siempre) y 3 (siempre).

### **Validación.**

Para la validación de los instrumentos de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, se recurrió a juicio de tres especialistas expertos en la materia; Quienes evaluaron con claridad y coherencia los ítems presentados y redacción del cuestionario, dándolo como validado.

### **Confiabilidad del instrumento de medición.**

En la tabla 2; se muestra el coeficiente del instrumento que mide la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios a través de una prueba piloto, se recogió datos de 30 usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador los cuales fueron analizados a través del coeficiente de Alpha

de Cronbach por ser instrumento que contiene preguntas con opciones en la escala de Likert (1-3); con la intención de determinar el nivel de ambas variables, dando como resultado 0.966 que significa una fiabilidad excelente.

Tabla 2

*Confiabilidad del instrumento que mide las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Nº de elementos</b>
0,966	39

### **11. Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos.**

Para la recolección de datos se realizará una encuesta que medirá ambas variables: calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. El tiempo de duración que tendrá la encuesta es de 15 minutos. Terminando la aplicación; se pasará los datos al programa SPSS versión 22 para luego procesar y analizar los resultados.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1 Descripción del lugar de estudio.**

El distrito de Villa el Salvador se encuentra ubicado en la zona sur de Lima, entre los Km. 15.5 y 25 de la Carretera Panamericana Sur. Según el INEI (2017) el distrito registra una población de 393,254 habitantes.

La misión de la Municipalidad es “Representar al vecino consolidando su participación democrática, con servicios de calidad, promoviendo el desarrollo económico, social y ambiental mediante un manejo responsable y transparente de los recursos públicos”. En tal sentido, es relevante para el organismo de gobierno local conocer el nivel de la calidad en el servicio que presta a sus ciudadanos y cuan satisfechos estos se encuentran.

#### **4.2 Resultados.**

Los resultados que se presentan a continuación, se obtuvieron después de procesar la información brindada por 384 usuarios de la Municipalidad distrital de Villa el Salvador, quienes formaron la muestra objeto de estudio. Estos resultados se presentan de acuerdo al análisis realizado mediante el uso de la estadística descriptiva e inferencial.

#### 4.2.1 Datos Sociodemográficos.

Los resultados presentados en la tabla 3, nos describen la manera como está formada nuestra muestra objeto de estudio, en donde vemos que el 43.5% tienen entre 41 y 65 años de edad, y el 56.5 % tiene edad entre 18 y 40 años. Además, de que la muestra está formada por 40.1% de varones y el 59.9% de mujeres. En cuanto al grado de instrucción, podemos decir que los participantes en la muestra, al menos tiene un grado de estudio superior, en donde el 53.6% son técnicos.

Tabla 3

#### *Datos Sociodemográficos*

		Frecuencia	Porcentaje
Edad	18-30	67	17.4%
	31-40	150	39.1%
	41-50	109	28.4%
	51-65	58	15.1%
Género	Masculino	154	40.1%
	Femenino	230	59.9%
Ocupación	Profesional	113	29.4%
	Técnico	206	53.6%
	Auxiliar	65	16.9%

De los resultados presentados en la tabla 4, concluimos que el 40.1% de la muestra corresponde al sexo masculino de los cuales el 50.6% son técnicos y el 33.8% son profesionales lo que se entiende que tienen estudios universitarios y solamente el 15.6% de los varones es auxiliar. Por otro lado, se observa que en las damas el 55.7% son técnicos y el 26.5 % son profesionales, siendo un porcentaje menor al de los varones y compensando esta diferencia el 17.8% son auxiliares. Viendo en un panorama global se puede decir que la participación de género en las actividades de la Municipalidad del distrito de Villa el Salvador es aproximadamente igual.

Tabla 4

*Ocupación y género*

Ocupación	Genero			
	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	52	33.8%	61	26.5%
Técnico	78	50.6%	128	55.7%
Auxiliar	24	15.6%	41	17.8%

**4.2.2 Datos descriptivos de la variable: Calidad de servicio.**

La tabla 5 muestra a detalle la relevancia de la variable calidad de servicio, en sus dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta, resaltando la preponderancia de cada reactivo en función de la desviación estándar y la media. Con respecto a la dimensión fiabilidad, resaltamos que reactivo con mayor ponderación fue “Los empleados de la municipalidad mantienen informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios” cuya media es de 2.77 lo que indicaría que las respuestas de los participantes estarían entre 2 y 3 sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “siempre” y “casi siempre” indicando que hay una buena comunicación de parte de los colaboradores a los usuarios en cuanto al tema de la atención. A diferencia del reactivo “Cuando el empleado que atiende en la municipalidad promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple”, que tiene la ponderación de 2.45, siendo la más baja de dimensión, en donde se infiere que la puntuación dada en este reactivo 2 a 3, sesgado a 2, que según la escala utilizada correspondería a “casi siempre” y “siempre”. Interpretando la percepción del usuario de que siempre espera recibir lo que se le prometió.

En cuanto a la dimensión capacidad de respuesta, resaltamos que el reactivo con mayor ponderación fue “Los empleados de la municipalidad siempre se muestran dispuestos a ayudar al



usuario” cuya media es de 2.90 lo que indicaría que las respuestas de los participantes estarían entre 2 y 3 sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “siempre” y “casi siempre” indicando que hay una buena percepción de los usuarios respecto a lo servicial que son los colaboradores. A diferencia del reactivo “Los empleados de la municipalidad le brindan el servicio con prontitud.”, que tiene la ponderación de 2.31, siendo la más baja de dimensión, en donde se infiere que la puntuación dada en este reactivo 2 a 3, sesgado a 2, que según la escala utilizada correspondería a “casi siempre” y “siempre”. Interpretando la percepción del usuario es de que casi siempre tiene que esperar para recibir los servicios.

Tabla 5

*Media y desviación estándar de fiabilidad y capacidad de respuesta*

Dimensión	Ítems	Media	D.E
Fiabilidad 2.65	Cuando el empleado que atiende en la municipalidad promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple.	2.45	.50
	Cuando usted tiene un problema, el personal que lo atiende muestra sincero interés de resolverlo.	2.75	.43
	Los empleados de la municipalidad desempeñan el servicio de manera correcta e inmediata.	2.65	.48
	Los empleados de la municipalidad proporcionan sus servicios de acuerdo a la normativa de manera correcta e inmediata.	2.66	.48
	Los empleados de la municipalidad mantienen informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.	2.77	.42
Capacidad de respuesta 2.62	Los empleados de la municipalidad le brindan el servicio con prontitud.	2.31	.46
	Los empleados de la municipalidad le brindan atención rápida y oportuna.	2.41	.49
	Los empleados de la municipalidad siempre se muestran dispuestos a ayudar al usuario.	2.90	.30
	Los empleados de la municipalidad siempre están dispuestos a atender al usuario.	2.88	.33

La tabla 6 muestra a detalle la dimensión seguridad, resaltando que el reactivo con mayor ponderación fue “Los empleados de la municipalidad cuentan con el conocimiento para responder sus consultas”, cuya media es de 2.90 lo que indicaría que las respuestas de los participantes estarían entre 2 y 3 sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “siempre” y “casi siempre” indicando la confianza que generan los colaboradores hacia los usuarios en cuanto al tema de la información, remarcando esto se estaría dando en función al grado de estudio de dichos colaboradores. A diferencia del reactivo, “El comportamiento de los empleados de la municipalidad, le inspira confianza”, que tiene la ponderación de 2.78, siendo la más baja de dimensión, en donde se infiere que la puntuación dada en este reactivo 2 a 3, sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “casi siempre” y “siempre”. Lo que confirmaría lo anteriormente dicho, que los usuarios confían en la calidad de información que se le brinda.

En cuanto a la dimensión empatía, resaltamos que el reactivo con mayor ponderación fue “Los empleados de la municipalidad se preocupan por cuidar los intereses de sus usuarios” cuya media es de 2.79 lo que indicaría que las respuestas de los participantes estarían entre 2 y 3 sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “siempre” y “casi siempre” indicando que los usuarios perciben el interés de los colaboradores. A diferencia del reactivo “Los empleados de la municipalidad le brindan atención individual”, que tiene la ponderación de 2.07, siendo la más baja de dimensión, en donde se infiere que la puntuación dada en este reactivo 2 a 3, sesgado a 2, que según la escala utilizada correspondería a “casi siempre” y “siempre”. Interpretando la percepción del usuario es de que casi siempre tiene una atención personalizada y exclusiva.

En cuanto a la dimensión elementos tangibles, resaltamos que el reactivo con mayor ponderación fue “La presentación de los empleados de la municipalidad es buena” cuya media es de 2.91 lo que indicaría que las respuestas de los participantes estarían entre 2 y 3 sesgado a 3, que

según la escala utilizada correspondería a “siempre” y “casi siempre” lo que indicaría que los usuarios perciben a la presentación de los colaboradores como parte la atención que se le brinda. A diferencia del reactivo “La apariencia de equipos de la municipalidad son modernas”, que tiene la ponderación de 2.27, siendo la más baja de dimensión, en donde se infiere que la puntuación dada en este reactivo 2 a 3, sesgado a 2, que según la escala utilizada correspondería a “casi siempre” y “siempre”. Interpretando la percepción del usuario es que cree que los equipos que se tienen en la Municipalidad no son tan modernos.

Tabla 6

*Media y desviación estándar de las dimensiones seguridad, empatía y elementos tangibles*

Dimensión	Ítems	Media	D.E
Seguridad 2.85	El comportamiento de los empleados de la municipalidad, le inspira confianza	2.78	.42
	Se siente seguro al realizar transacciones en la municipalidad.	2.88	.33
	Los empleados de la municipalidad lo tratan siempre con cortesía.	2.84	.37
	Los empleados de la municipalidad cuentan con el conocimiento para responder sus consultas.	2.90	.30
Empatía 2.44	Los empleados de la municipalidad le brindan atención individual.	2.07	.26
	La municipalidad cuenta con empleados que brinden una atención personal.	2.14	.35
	Los empleados de la municipalidad se preocupan por cuidar los intereses de sus usuarios.	2.79	.41
	Los empleados de la municipalidad entienden sus necesidades específicas.	2.78	.42
Elementos Tangibles 2.67	La apariencia de equipos de la municipalidad son modernas.	2.27	.44
	Las instalaciones físicas de la municipalidad son visualmente atractivas.	2.51	.50
	La presentación de los empleados de la municipalidad es buena.	2.91	.28
	Los materiales asociados con el servicio (folletos o catálogos) son visualmente atractivos.	2.94	.24
	Los horarios de actividades son convenientes.	2.74	.44

#### **4.2.3 Datos descriptivos de la variable: Satisfacción del usuario.**

La tabla 7 muestra a detalle la relevancia de la variable satisfacción del usuario, en sus dimensiones rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción, resaltando la preponderancia de cada reactivo en función de la desviación estándar y la media. Con respecto a la dimensión rendimiento percibido, resaltamos que el reactivo con mayor ponderación fue “Se siente cómodo con el ambiente que ofrece la municipalidad” cuya media es de 2.87 lo que indicaría que las respuestas de los participantes estarían entre 2 y 3 sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “siempre” y “casi siempre” indicando que se ha generado un buen ambiente en donde los usuarios se sienten cómodos. A diferencia del reactivo “El desempeño de los empleados de la municipalidad lo percibo como algo sin importancia”, que tiene la ponderación de 2.35, siendo la más baja de dimensión, en donde se infiere que la puntuación dada en este reactivo 2 a 3, sesgado a 2, que según la escala utilizada correspondería a “casi siempre” y “siempre”. Interpretando que para el usuario es más importante el ambiente que el desempeño de los colaboradores.

En cuanto a la dimensión expectativas, resaltamos que el reactivo con mayor ponderación fue “Se recepciona el servicio de manera conforme” cuya media es de 2.85 lo que indicaría que las respuestas de los participantes estarían entre 2 y 3 sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “siempre” y “casi siempre” indicando que los usuarios están conformes con el servicio que reciben. A diferencia del reactivo “La municipalidad se responsabiliza por cualquier inconveniente en el servicio prestado”, que tiene la ponderación de 2.71, siendo la más baja de dimensión, en donde se infiere que la puntuación dada en este reactivo 2 a 3, sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “casi siempre” y “siempre”. Interpretando la percepción del usuario es de que siempre siente el respaldo de la Municipalidad por el servicio que recibe.

En cuanto a la dimensión niveles de satisfacción, resaltamos que el reactivo con mayor ponderación fue “Le complace la cortesía de los empleados de la municipalidad” cuya media es de 2.84 lo que indicaría que las respuestas de los participantes estarían entre 2 y 3 sesgado a 3, que según la escala utilizada correspondería a “siempre” y “casi siempre” indicando la satisfacción percibida por los usuarios en cuanto a la cortesía y amabilidad de los colaboradores. A diferencia del reactivo “Se siente insatisfecho con los precios que establece la municipalidad”, que tiene la ponderación de 1.88, siendo la más baja de la dimensión, en donde se infiere que la puntuación dada en este reactivo 1 a 2, sesgado a 2, que según la escala utilizada correspondería a “nunca” y “casi siempre”. Interpretando la percepción del usuario de que casi siempre se incomoda por los precios o tarifas impuestas por la municipalidad.

Tabla 7

*Media y desviación estándar de las dimensiones rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción*

Dimensión	Ítems	Media	D.E
Rendimiento Percibido 2.64	Siente que la municipalidad está identificado con usted.	2.36	.48
	Se siente conforme con el desempeño de los empleados de la municipalidad.	2.76	.43
	El servicio que solicito es según sus especificaciones propias.	2.78	.42
	Se siente cómodo con el ambiente que ofrece la municipalidad.	2.87	.33
	Le gusta la forma de trabajo de la municipalidad.	2.70	.46
	El desempeño de los empleados de la municipalidad lo percibo como algo sin importancia.	2.35	.50
Expectativas 2.79	Valoro el esfuerzo que brindan los empleados de la municipalidad.	2.84	.37
	Se recepciona el servicio de manera conforme.	2.85	.35
	El servicio que brinda la municipalidad es el esperado.	2.81	.39
	En la municipalidad existen facilidades para una buena experiencia en el servicio.	2.74	.44

	La municipalidad se responsabiliza por cualquier inconveniente en el servicio prestado.	2.71	.45
	Se siente insatisfecho con los precios que establece la municipalidad.	1.88	.37
	Siente que recibe un buen servicio por la municipalidad.	2.78	.41
Niveles de satisfacción	Le satisface los horarios y tiempo de entrega de servicio por parte de los empleados de la municipalidad.	2.54	.50
2.53	Le complace la cortesía de los empleados de la municipalidad.	2.84	.37
	Está satisfecho con las facilidades de pago que brinda la municipalidad.	2.42	.49
	Le satisface el cumplimiento de la entrega del servicio según sus necesidades específicas.	2.72	.45

#### 4.2.4 Niveles de percepción.

La tabla 8 muestra la escala de medición para la variable calidad de servicio y sus dimensiones, basada en los percentiles 25 y 75. A partir de ello se clasificaron en bajo, moderado y alto. Se consideró para la dimensión fiabilidad los valores que son menores a 12 como bajo, aquellos que oscilan entre 12 y 15 como moderado y los superiores a 15 como alto. Para la dimensión capacidad de respuesta, los valores menores a 10 como bajo, los valores que oscilan entre 10 a 12 como moderado y los valores superiores a 12 como alto. En cuanto a la dimensión seguridad, los valores menores a 11 se considera como bajo, valores entre 11 a 12 considerar como moderado y valores superiores a 12 como alto. En cuanto a la dimensión empatía los valores menores a 9 se considera bajo, valores entre 9 y 10 son considerados como moderado y valores mayores a 10 considerar como alto. En cuanto a la dimensión elementos tangibles los valores menores a 13 considerar como bajo, valores entre 13 y 14 considerar como moderado y valores mayores a 14 considerar como alto. Finalmente, para la variable calidad de servicio los valores

menores a 56 se consideraron como bajo, aquellos que oscilan entre 56 y 62 como moderado y los superiores a 62 como alto.

Tabla 8

*Escala de medición de la variable calidad de servicio y sus dimensiones*

Niveles	Fiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía	Elementos Tangibles	Calidad de Servicio
Bajo	<12	<10	<11	<9	<13	<56
Moderado	12-15.	10-12.	11-12.	9-10.	13-14.	56-62.
Alto	15<	12<	12<	10<	14<	62<

La tabla 9, muestra los niveles de percepción de la variable calidad de servicio y sus respectivas dimensiones. Un 81.5% de usuarios percibe a la dimensión fiabilidad como moderada y un 18.5% como bajo y la percepción en un nivel alto es de 0%. Los usuarios en un 87.8% tienen una moderada percepción de la capacidad de respuesta, un 12.2% como bajo. En cuanto a seguridad un 83.9 % de los usuarios lo percibe como moderado y un 16.1 % como bajo. Por otro lado, la dimensión empatía es percibida como moderada por el 69% de los usuarios, el 15.9% considera que es bajo y el 15.1% como alta. Elementos tangibles es percibida como moderada alta, ya que el 55.7% la considera como moderada y el 24.5% como alta. Finalmente, la variable calidad de servicio es percibida como moderada baja, pues el 61.2% la considera moderada y el 21.9% como baja.

Tabla 9

*Niveles de percepción de la variable calidad de servicio y sus dimensiones*

Dimensiones / Niveles		Frecuencia	Porcentaje
Fiabilidad	Bajo	71	18.5%
	Moderado	313	81.5%
	Alto	0	0.0%
Capacidad de respuesta	Bajo	47	12.2%
	Moderado	337	87.8%
	Alto	0	0.0%
Seguridad	Bajo	62	16.1%
	Moderado	322	83.9%
	Alto	0	0.0%
Empatía	Bajo	61	15.9%
	Moderado	265	69.0%
	Alto	58	15.1%
Elementos tangibles	Bajo	76	19.8%
	Moderado	214	55.7%
	Alto	94	24.5%
Calidad de servicio	Bajo	84	21.9%
	Moderado	235	61.2%
	Alto	65	16.9%

La tabla 10 muestra la escala de medición para la variable satisfacción del usuario y sus respectivas dimensiones, basada en los percentiles 25 y 75. A partir de ello se clasificaron en bajo, moderado y alto. Se consideró para la dimensión rendimiento percibido los valores que son menores a 15 como bajo, aquellos que oscilan entre 15 y 17 como moderado y los superiores a 17 como alto. Para la dimensión expectativas, los valores menores a 13 como bajo, los valores que oscilan entre 14 a 16 como moderado y los valores superiores a 16 como alto. En cuanto a la dimensión niveles de satisfacción, los valores menores a 14 se considera como bajo, valores entre 14 a 16 considerar como moderado y valores superiores a 16 como alto. Finalmente, para la variable satisfacción del usuario los valores menores a 44 se consideraron como bajo, aquellos que oscilan entre 44 y 48 como moderado y los superiores a 48 como alto.



Tabla 10

*Escala de medición de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones*

Niveles	Rendimiento percibido	Expectativas	Niveles de satisfacción	Satisfacción del usuario
Bajo	<15	<13	<14	<44
Moderado	15-17	13-15	14-16	44-48
Alto	17<	15<	16<	48<

La tabla 11, muestra los niveles de percepción de la variable satisfacción del usuario y sus respectivas dimensiones. Un 62.5 % de usuarios percibe a la dimensión rendimiento percibido como moderada y un 19.3% como bajo y la percepción en un nivel alto es de 18.2%. Los usuarios en un 87.8% tienen una moderada percepción de la dimensión expectativas, un 17.7% como bajo. En cuanto a los niveles de satisfacción un 65.4 % de los usuarios lo percibe como moderado y un 14.6 % como bajo. Finalmente, la variable satisfacción del usuario es percibida como moderada baja, pues el 58.1 % la considera moderada y el 23.2 % como baja.

Tabla 11

*Niveles de percepción de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones*

Dimensiones / Niveles		Frecuencia	Porcentaje
Rendimiento percibido	Bajo	74	19.3%
	Moderado	240	62.5%
	Alto	70	18.2%
Expectativas	Bajo	68	17.7%
	Moderado	316	82.3%
	Alto	0	0.0%
Niveles de satisfacción	Bajo	56	14.6%
	Moderado	251	65.4%
	Alto	77	20.1%
Satisfacción del usuario	Bajo	89	23.2%
	Moderado	223	58.1%
	Alto	72	18.8%

#### 4.2.5 Contrastación de hipótesis.

Para elegir el estadístico que usaremos en la medición del nivel de las relaciones estipuladas en la hipótesis, es necesario en primer lugar determinar la normalidad de cada una de las variables. Si el nivel de significancia o p valor es mayor a 0.05 se trataría de una distribución normal, por lo que se recomienda usar r de Pearson; si el nivel de significancia es menor a 0.05 se trataría de una distribución no normal, en este caso se recomienda usar el estadístico de correlación Rho de Spearman.

#### 4.2.6 Prueba de normalidad.

Se aprecia en la tabla 12, la prueba de normalidad de la variable calidad de servicio, donde se muestra que tanto la variable como sus dimensiones tienen una distribución no paramétrica o no normal, pues el nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05 en todos los casos siendo este el de 0.000. Lo que indicaría que para realizar la correlación se usaría el estadístico de correlación Rho de Spearman

Tabla 12

*Prueba de normalidad de la variable calidad de servicio y sus dimensiones*

<b>Pruebas de normalidad</b>			
Variable y dimensiones	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl.	Sig.
Fiabilidad	.183	384	.000
Capacidad de respuesta	.275	384	.000
Seguridad	.361	384	.000
Empatía	.316	384	.000
Elementos Tangibles	.196	384	.000
Calidad de Servicio	.106	384	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

La tabla 13 muestra la prueba de normalidad de la variable satisfacción del usuario, donde se aprecia que tanto la variable como sus dimensiones tienen una distribución no paramétrica o no normal, pues el nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05 en todos los casos siendo este el de 0.000. Lo que indicaría que para realizar la correlación se usaría el estadístico de correlación Rho de Spearman.

Tabla 13

*Prueba de normalidad de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones*

<b>Pruebas de normalidad</b>			
Variable y dimensiones	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Rendimiento Percibido	.207	384	.000
Expectativas	.331	384	.000
Niveles de satisfacción	.203	384	.000
Satisfacción del usuario	.223	384	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

#### **4.2.7 Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.**

Ho: No existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Villa el Salvador, Lima 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Villa el Salvador, Lima 2019.

#### **Regla de decisión:**

Si  $p \text{ valor} > 0.05$  se acepta la hipótesis nula y rechaza la alterna.

Si  $p \text{ valor} < 0.05$  se acepta la hipótesis alterna y rechaza la nula.

Se observa en la tabla 14 la relación existente entre calidad de servicio y satisfacción el usuario, se aprecia que la relación es moderada de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho = .697^{**}$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05, siendo este 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa, de tal modo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad de Villa el Salvador, Lima 2019. Se concluye que, mientras mejor sea la calidad de servicio mayor será la satisfacción del usuario, o de lo contrario la mala calidad del servicio será reflejada en la insatisfacción del usuario.

Tabla 14

*Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios*

<b>Calidad de Servicio</b>			
	Coeficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
<b>Satisfacción del Usuario.</b>	.697**	.000	384

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

### **Relación entre elementos tangibles y satisfacción de los usuarios.**

Ho: No existe relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

### **Regla de decisión:**

Si p valor > 0.05 se acepta hipótesis nula y rechaza la alterna

Si  $p$  valor  $< 0.05$  se acepta hipótesis alterna y rechaza la nula

La tabla 15, nos muestra la relación existente entre la tangibilidad y la satisfacción del usuario, se aprecia que la relación es moderada de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho=.502^{**}$ ), de igual modo, muestra que el nivel de significancia o  $p$ -valor es menor a 0.05, siendo este 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa, de tal modo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna: Existe relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019. Se concluye que, mientras mayor sea el nivel de tangibilidad mayor será la satisfacción del usuario, o de lo contrario mientras exista un bajo nivel de percepción en la tangibilidad esto se verá reflejada en la insatisfacción del usuario.

Tabla 15

*Relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario*

<b>Satisfacción del usuario</b>			
	Coeficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Elementos tangibles	,502**	.000	384

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

### **Relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario**

Ho: No existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

## Regla de decisión

Si  $p$  valor  $> 0.05$  se acepta hipótesis nula y rechaza la alterna.

Si  $p$  valor  $< 0.05$  se acepta hipótesis alterna y rechaza la nula.

La tabla 16 nos muestra la relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario, se aprecia que la relación es moderada de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho = .601^{**}$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia o  $p$ -valor es menor a 0.05, siendo este 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa, de tal modo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna: Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019. Se concluye que, mientras mayor sea el nivel de fiabilidad mayor será la satisfacción del usuario, o de lo contrario mientras exista un bajo nivel de percepción en la fiabilidad esto se verá reflejada en la insatisfacción del usuario

Tabla 16

*Relación ente fiabilidad y satisfacción del usuario*

<b>Satisfacción del usuario</b>			
	Coeficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Fiabilidad	,601**	.000	384

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

### **Relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario.**

Ho: No existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

### **Regla de decisión**

Si  $p$  valor  $> 0.05$  se acepta hipótesis nula y rechaza la alterna

Si  $p$  valor  $< 0.05$  se acepta hipótesis alterna y rechaza la nula

La tabla 17 nos muestra la relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario, se aprecia que la relación es débil de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho = .363^{**}$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia o  $p$ -valor es menor a 0.05, siendo este 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa, de tal modo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna: Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019. Se concluye que, mientras mayor sea el nivel de capacidad de respuesta mayor será la satisfacción del usuario, o de lo contrario mientras exista un bajo nivel de percepción en la capacidad de respuesta esto se verá reflejada en la insatisfacción del usuario.



Tabla 17

Relación de capacidad de respuesta y satisfacción del usuario.

<b>Satisfacción del usuario</b>			
	Coeficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Capacidad de respuesta	,363**	.000	384

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

### **Relación entre seguridad y satisfacción del usuario.**

Ho: No existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

### **Regla de decisión**

Si  $p$  valor  $> 0.05$  se acepta hipótesis nula y rechaza la alterna.

Si  $p$  valor  $< 0.05$  se acepta hipótesis alterna y rechaza la nula.

La tabla 18 nos muestra la relación existente entre la seguridad y la satisfacción del usuario, se aprecia que la relación es débil de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho = .356^{**}$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05, siendo este 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa, de tal modo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna: Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019. Se concluye que, mientras mayor sea el nivel de seguridad mayor será la

satisfacción del usuario, o de lo contrario mientras exista un bajo nivel de percepción en la seguridad esto se verá reflejada en la insatisfacción del usuario.

Tabla 18

*Relación entre seguridad y satisfacción del usuario*

<b>Satisfacción del usuario</b>			
	Coeficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Seguridad	,356**	.000	384

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

**Relación entre empatía y satisfacción del usuario.**

Ho: No existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.

Regla de decisión

Si  $p$  valor  $> 0.05$  se acepta hipótesis nula y rechaza la alterna.

Si  $p$  valor  $< 0.05$  se acepta hipótesis alterna y rechaza la nula.

La tabla 19 nos muestra la relación existente entre la empatía y la satisfacción del usuario, se aprecia que la relación es moderada de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho = .510^{**}$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia o  $p$ -valor es menor a 0.05, siendo este 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa, de tal modo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna: Existe relación

significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019. Se concluye que, mientras mayor sea el nivel de empatía mayor será la satisfacción del usuario, o de lo contrario mientras exista un bajo nivel de percepción en la empatía esto se verá reflejada en la insatisfacción del usuario.

Tabla 19

*Relación entre empatía y satisfacción del usuario*

<b>Satisfacción del usuario</b>			
	Coeficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Empatía	,510**	.000	384

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

## 4.2 Discusión de resultados.

Los resultados de esta investigación muestran que existe un nivel de relación altamente significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador con un sig. de 0.00 y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0.697, lo cual significa que existe una relación positiva moderada; la cual se asemeja a los resultados obtenidos por Aguirre Landa (2015), el cual obtuvo como resultado una relación positiva moderada con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.591 y una significancia de 0.000. De la misma manera, Gutierrez Zanelli (2017) obtuvo como resultado una relación positiva moderada con coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.532 y una significancia de 0.000. Así mismo, Redhead García (2015) obtuvo una relación positiva moderada con coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.609 y una sig. de 0.000.

Así mismo, se obtuvo como resultado que existe un nivel de correlación altamente significativa entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción de los usuarios, donde el Sig. fue de 0.000 y un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.601; este resultado es similar al de Redhead García (2015), quien obtuvo una relación directa y significativa entre la dimensión fiabilidad y satisfacción con un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.588, lo cual significa que existe una relación moderada. Así también, Carrera Fernández (2017) obtuvo un nivel de relación significativa alta con un Sig. 0.000 y coeficiente de Rho Spearman de 0.716. estos resultados confirman que existe una relación significativa entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción.

También se aprecia el nivel de significancia de la dimensión empatía y la variable satisfacción con un Sig. de 0.000, lo que indica que la relación es altamente significativa, de igual modo el

coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.510, lo que indica que existe una relación moderada. Estos resultados son similares al de Redhead García (2015), quien obtuvo un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.602, que significa que existe una relación moderada. Así también, Carrera Fernández (2017) obtuvo en sus resultados un Sig. de 0.000 y un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.685, el cual también tiene una relación existente moderada.

Se obtuvo como resultado que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.502 y un Sig. 0.000, lo que indica que la relación es altamente significativa. Este resultado es similar al de Redhead García (2015), quien obtuvo como resultado un Sig. 0.000 y un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.606, indicando que existe una relación directa y significativa moderada. Así también Carrera Fernández (2017), obtuvo un Sig. 0.000 y un coeficiente de Rho Spearman de 0.654, que significa que existe una relación significativa moderada.

También se aprecia en la dimensión seguridad y la variable satisfacción, que la relación es débil de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho=.356^{**}$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia es menor a 0.05, siendo 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa. Redhead García (2015), también obtuvo resultados similares en esta dimensión y variable; el coeficiente de correlación de Rho Spearman fue de 0.474, indicando la existencia de una relación débil y un nivel de significancia de 0.000, indicando que es altamente significativa. A esto también se añade Carrera Fernández (2017), quien obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.589, indicando que existe una relación moderada y un nivel de significancia de 0.000, indicando que es altamente significativa.

En la dimensión la capacidad de respuesta y la variable satisfacción, la relación es débil de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho=0.363^{**}$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia es 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa. Este resultado es similar al de Redhead García (2015), quien obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.317, que indica que la relación también es débil y de igual modo muestra que el nivel de significancia es 0.000, indicando que es altamente significativa. Así también, Aguirre Landa (2015) obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0.497, indicando que existe una relación débil y el nivel de significancia es 0.000, indicando que es altamente significativa.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones.

En esta investigación, se determinó que existe una relación altamente significativa entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019. Según el coeficiente de correlación Rho Spearman ( $\rho = 0.697$ ), existe una relación moderada, ya que la mayoría de los usuarios encuestados de la municipalidad de Villa El Salvador, consideran que existe una calidad de servicio moderada y por ende la satisfacción también es moderada en su mayoría. Esto quiere que la municipalidad si cuenta con buena calidad de servicio; pero sin embargo es necesario que el nivel de calidad suba más para obtener mejores resultados en la satisfacción de los usuarios.

En esta investigación, se determinó que existe un nivel de correlación altamente significativa entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los usuarios, donde el Sig. fue de 0.000 y el coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.601, indicando que existe una relación moderada; el 81.5% de los encuestados considera que la calidad de servicio en la dimensión fiabilidad es moderada; esto debido al incumplimiento de las promesas dadas por la municipalidad; por ello es recomendable mejorar en los indicadores promesas, eficiencia y eficacia.

En esta investigación, se determinó el nivel de significancia de la dimensión empatía y la variable satisfacción con un Sig. de 0.000, lo que indica que la relación es altamente significativa.

De igual modo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.510, que indica que existe una relación moderada. El 69% de los usuarios tiene un nivel de percepción moderada en la dimensión empatía; por ello es recomendable mejorar en los indicadores atención y comprensión a las necesidades.

En esta investigación se determinó que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.502 y un Sig. 0.000, lo que indica que la relación es altamente significativa. El 55.7% de los usuarios tiene un nivel de percepción moderada en la dimensión elementos tangibles; se recomienda mejorar los indicador instalaciones y materiales.

En esta investigación se determinó que la dimensión seguridad y la variable satisfacción, tiene una relación débil de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho=.356$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia es menor a 0.05, siendo 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa. Por ello se recomienda fortalecer la confianza y la cortesía por parte de los empleados de la municipalidad.

En esta investigación, se determinó que la dimensión la capacidad de respuesta y la variable satisfacción, la relación es débil de acuerdo a lo que indica el estadístico de correlación Rho de Spearman ( $\rho=.363$ ), de igual modo muestra que el nivel de significancia es 0.000, lo que indica que la relación entre ambas variables es altamente significativa. Por ello también se recomienda fortalecer los indicadores comunicación, disposición y agilidad.



## 5.2 Recomendaciones.

Durante el desarrollo de la presente investigación se identificó aspectos fundamentales que se deben de mejorar para poder brindar una mejor calidad de servicio y obtener mejores resultados en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima.

- Mejorar de urgentemente las dimensiones **seguridad** y **capacidad de respuesta**; mediante la optimización de tiempo al realizar cada servicio, mejorar la comunicación con el usuario; la disposición, brindar una atención que inspire más confianza y trabajar el indicador cortesía.
- Sobre las demás dimensiones (**fiabilidad, empatía y elementos tangibles**); se recomienda mantener y reforzar los indicadores.
- Desarrollar un plan de mejora constante a través de evaluaciones periódicas de la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.
- Implementar un plan de incentivos al personal como, por ejemplo, elegir al empleado del mes; para mejorar el clima laboral y den un servicio más asertivo en las dimensiones de la calidad.
- Capacitar a los colaboradores que tienen atención directa a los usuarios, a fin de que la información brindada sea la adecuada, de tal manera que el usuario ya no tenga que ir a otra dependencia a constatar tal información. Creando inseguridad en los tramites que realiza
- Difusión de los cambios organizacionales internos, a fin de que los colaboradores estén informados, para que, la información impartida sea rápida y segura.
- Concientización en los colaboradores en atender las necesidades de los usuarios, en la pronta información de los requisitos de trámite.

## REFERENCIAS

- Acosta, A. (2016). *Metodología y herramienta para la medición de percepción en los atributos de calidad entre el cliente y el empleado de un restaurante.*
- Aguirre Landa, J. P. (2015). "Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015." *Universidad Nacional José María Arguedas*, 80. Retrieved from [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/225/15-2015-EPAE-IncaAllcahuaman-Calidad de servicio y satisfacion de los usuarios.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/225/15-2015-EPAE-IncaAllcahuaman-Calidad%20de%20servicio%20y%20satisfacion%20de%20los%20usuarios.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de la investigacion introduccion a la metodolia cientifica.*
- Atencio Cardenas, E., & González Pertuz, B. (2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia ( EDILUZ ). *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XIII(1), 172–186.
- Balmori, G., & Flores, J. (2014). MECSI: Modelo para evaluar la calidad del servicio interno (MECSI: Evaluation model for internal service quality). *InnOvaciOnes de NegOciOs*, 11(2), 191–213.
- Caballero Noriega, A. R. (2016). *Calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016.* 1–132.
- Carrera Fernández, M. (2017). *Calidad del servicio de las residencias universitarias y la satisfacción de los estudiantes internos de la Universidad Peruana Unión sede Lima, 2017.* 115. retrieved from [http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/upeu/1025/mirla\\_tesis\\_maestría\\_2017.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/upeu/1025/mirla_tesis_maestría_2017.pdf?sequence=1&isallowed=y)

- Chipana Melchor, E. J. (2015). La calidad de servicio y la satisfacción en la atención brindada en el área de recaudación de tributos de la municipalidad provincial de Tacna – 2015. *Reseña Histórica*. Retrieved from <http://www.upt.edu.pe/upt/web/home/contenido/100000000/65519409>
- Diab, D., Mohamed, H., Hassan, I., & Saad, O. (2016). Investigating the impact of key dimensions of service quality on customers ' satisfaction and loyalty : Evidences from the restaurant industry in Sudan. *Marketing and branding research*, 3(June), 165. <https://doi.org/10.19237/MBR.2016.02.07>
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Duque Oliva, E. J., & Chaparro Pinzon, C. R. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Dialnet.Unirioja.Es*, 10(16), 159–192. <https://doi.org/10.3171/2015.3.PEDS14444>
- Feria Cruz, M., Herrera Estrada, S., & Rodrigues Esquivel, M. (2013). *Comida rápida: calidad del servicio y fidelidad del cliente en franquicias y negocios familiares en aguascalientes*. 43, 1–25.
- García Mestanza, J., & Díaz Muñoz, R. (2008). Comparativa entre distintos sistemas de mediación de calidad de servicio. *ESIC Market*, 08, 315–355.
- Gaspar Sanchez, S., & Guillen Huaman, D. J. (2015). *Calidad de servicio y satisfaccion del usuario en la sub gerencia de contabilidad y finanzas de la municipalidad provincial de*

*Huancavelica - periodo 2012.*

Gelvez, J. S. (2010). *Estado del arte de modelos de medición de la satisfacción del cliente*. 1–117.

Giese, J. L., & Cote, J. A. (2002). *Defining Customer Satisfaction by Giese*. (1).

<https://doi.org/10.1111/j.1365-2850.2008.01371.x>

Gonzales Salas, Y. T. (2015). *Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del cliente de Starbucks COFFEE del distrito de Santa Anita, Lima, 2015*. 109. Retrieved from [http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/206/Yeny\\_Tesis\\_bachiller\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/206/Yeny_Tesis_bachiller_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gonzalez Pascual, L. E. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del servicio de administración tributaria de Trujillo - SATT en el año 2014*. 1(None), 93.

Gracia, E., & Grau, R. (2008). *Estudio de la calidad de servicio como base fundamental para establecer la lealtad del cliente en establecimientos turísticos*. Retrieved from <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/78452>

Gutarra Moltalvo, V. A. (2002). *Implementación de los círculos de calidad en el Instituto superior Tecnológico - ITEC*. 108. Retrieved from [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/Gutarra\\_M\\_V/t\\_completo.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/Gutarra_M_V/t_completo.pdf)

Gutierrez Zanelli, M. A. (2017). “ *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario de complejos deportivos de la Municipalidad Provincial del Santa – Chimbote 2017* .”

Guzmán, A., & Cárcamo, M. de L. (2014). *La evaluación de la calidad en el servicio : caso de estudio “ Restaurant Familiar Los Fresnos .”* 24(3), 35–49.

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010). Metodología de la investigación. In *Metodología de la investigación*. <https://doi.org/>- ISBN 978-92-75-32913-9
- Malaga, J., Vera, G., & Ramos, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación científica. *Revista de La Escuela de Posgrado*, pp. 145–154.
- Pamies, S. (2003). La fidelidad del cliente en el ámbito de los servicios:Un análisis de la escala “Intensiones del comportamiento.” *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 9(2), 190.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(January), 12–40. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Quispe Huayta, O., & Maza Torres, W. (2018). *Escuela profesional de administración*.
- Redhead García, R. M. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013. *Tesis Digitales - UNMSM*.
- Riqueros Ramirez, J. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad provincial de Huaylas . Enero- Abril-. 0–77*.
- Roldan Arbieto, L. H., Balbuena Lavado, J. L., & Muñoz Mezarina, Y. K. (2010). *calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños*. 83.
- Samuel, M. T., Luisa, C., & Stanescu, V. (2015). *Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis Maritza Torres Samuel\* Carmen Luisa Vásquez Stanescu\*\**.

- Serrano Bedia, A., Lopez Fernandez, C., & Garcia Piqueres, G. (2007). *Gestión de la calidad en servicios : una revisión desde la perspectiva del management*.
- Setó Pamies, D. (2003). La fidelidad del cliente en el ámbito de los servicios: un análisis de la escala “intenciones de comportamiento.” *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 9(2), 189–204. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/2741/274119541003.pdf>
- Velarde Mamani, C., & Medina Gutiérrez, D. (2016). Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016. *Universidad Peruana Unión*, 139.
- Vera, J. (2013). Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca. *Contaduría y Administración*, 58(3), 39–63. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(13\)71221-X](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(13)71221-X)
- Vera, J., & Espinosa, T. (2013). Atributos relevantes de calidad en el servicio y su influencia hacia la lealtad de marca en la industria aseguradora de automóviles en México. *Contaduría y Administración*, 59(3), 285–306. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(14\)71273-2](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(14)71273-2)
- Vera, J., & Trujillo, A. (2009). *El papel de la calidad del servicio del restaurante como antecedente de la lealtad del cliente the role of the restaurant ' s Service Quality as Antecedent of the Customer Loyalty*. 2–16.

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz instrumental.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACION	INTRUMENTO
Variable predictora: Calidad de servicio.	Fiabilidad.	Promesa Eficiencia Eficacia	Usuarios de la Municipalidad de Villa EL Salvador – Lima; 2019	Escala de calidad de servicio según SERQUAL ( Parasumaran et al, 1991)
	Capacidad de respuesta.	Comunicación. Disposición. Agilidad.	Usuarios de la Municipalidad de Villa EL Salvador – Lima; 2019	
	Seguridad	Confianza Cortesía Agilidad	Usuarios de la Municipalidad de Villa EL Salvador – Lima; 2019	
	Empatía	Atención Comprensión Necesidades	Usuarios de la Municipalidad de Villa EL Salvador – Lima; 2019	
	Elementos tangibles	Instalaciones Empleados Materiales	Usuarios de la Municipalidad de Villa EL Salvador – Lima; 2019	

Satisfacción de los usuarios	Rendimiento percibido	Resultados Percepción Desempeño	Usuarios de la Municipalidad de Villa EL Salvador – Lima; 2019	Escala de satisfacción de Kotler; (2003).
	Expectativas	Motivación Experiencias	Usuarios de la Municipalidad de Villa EL Salvador – Lima; 2019	
	Niveles de satisfacción	Insatisfacción Satisfacción Complacencia	Usuarios de la Municipalidad de Villa EL Salvador – Lima; 2019	



**Anexo 2: Matriz de consistencia.**

TÍTULO	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGIA	VARIABLES
<p>La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima, 2019</p>	<p><b>General:</b></p> <p>¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?</p>	<p><b>General:</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad provincial de Villa El Salvador – Lima, 2019.</p>	<p><b>General:</b></p> <p>La calidad de servicio tiene una relación significativa con la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima, 2019.</p>	<p><b>Tipo:</b></p> <p>Cuantitativa, descriptiva y correlacional.</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental y de corte transversal</p> <p><b>Población:</b></p> <p>La población en este estudio será considerada como infinita; puesto que la población serán todos los usuarios externos de la municipalidad de</p>	<p><b>Variable predictora:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad del servicio.</li> </ul> <p><b>Variable criterio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción del usuario.</li> </ul> <p><b>Dimensiones de calidad del servicio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tangibilidad</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta.</li> </ul>
	<p><b>Específicos:</b></p>	<p><b>Específicos</b></p>	<p><b>Específicos:</b></p>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué relación existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?</li> <li>• ¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.</li> <li>• Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La tangibilidad tiene una relación significativa con la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador -Lima, 2019.</li> <li>• La fiabilidad tiene una relación significativa con la satisfacción del usuario de la municipalidad de</li> </ul>	<p>Villa El Salvador- Lima, 2019.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>Para hallar muestra del presente estudio; se diseñó una muestra probabilística con la finalidad de obtener representatividad de la población y conseguir resultados confiables que sustenten los hallazgos de esta investigación.</p> <p>Finalmente, la muestra es de 384 usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad.</li> <li>• Empatía.</li> </ul> <p><b>Dimensiones de satisfacción del usuario:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendimiento percibido.</li> <li>• Expectativas.</li> <li>• Niveles de satisfacción.</li> </ul>
--	--	--	---	--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?</li> <li>• ¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de</li> </ul>	<p>Villa El Salvador – Lima, 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.</li> <li>• Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la</li> </ul>	<p>Villa El Salvador –Lima, 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La capacidad de respuesta tiene una relación significativa con la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador –Lima, 2019.</li> <li>• La seguridad tiene una relación significativa con la satisfacción del</li> </ul>		
--	---	---	---	--	--

	<p>Villa El Salvador – Lima, 2019?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019?</li> </ul>	<p>municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.</li> </ul>	<p>usuario de la municipalidad de Villa El Salvador –Lima, 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La empatía tiene una relación significativa con la satisfacción del usuario de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima, 2019.</li> </ul>		
--	---	---	--	--	--

**Anexo 3: Operacionalización de variables.**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL		DEFINICIÓN OPERACIONAL
Variable Predictora: Calidad de servicio.	Fiabilidad.	Promesa Eficiencia Eficacia	1)	Cuando el empleado que atiende en la municipalidad promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca. 2= Casi siempre. 3= Siempre.
			2)	Cuando Ud. Tiene un problema, el personal que lo atiende muestra sincero interés de resolverlo.	
			3)	Los empleados de la municipalidad desempeñan el servicio de manera correcta e inmediata.	
			4)	Los empleados de la municipalidad proporcionan sus servicios de acuerdo a la normativa de manera correcta e inmediata.	
			5)	Los empleados de la municipalidad mantienen informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.	
	Capacidad de respuesta	Comunicación Disposición Agilidad	6)	Los empleados de la municipalidad le brindan el servicio con prontitud.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca. 2= Casi siempre. 3= Siempre. .
			7)	Los empleados de la municipalidad le brindan atención rápida y oportuna.	
			8)	Los empleados de la municipalidad siempre se muestran dispuestos a ayudar al usuario.	
			9)	Los empleados de la municipalidad siempre están dispuestos a atender al usuario.	

Seguridad	Confianza Cortesía Agilidad	10)	El comportamiento de los empleados de la municipalidad, le inspira confianza	
		11)	Se siente seguro al realizar transacciones en la municipalidad.	
		12)	Los empleados de la municipalidad lo tratan siempre con cortesía.	
		13)	Los empleados de la municipalidad cuentan con el conocimiento para responder sus consultas.	
Empatía	Atención Comprensión Necesidades	14)	Los empleados de la municipalidad le brindan atención individual.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca. 2= Casi siempre. 3= Siempre.
		15)	La municipalidad cuenta con empleados que brinden una atención personal.	
		16)	Los empleados de la municipalidad se preocupan por cuidar los intereses de sus usuarios.	
		17)	Los empleados de la municipalidad entienden sus necesidades específicas.	
Elementos tangibles	Instalaciones Empleados Materiales	18)	La apariencia de equipos de la municipalidad es moderna.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca. 2= Casi siempre. 3= Siempre.

			19)	Las instalaciones físicas de la municipalidad son visualmente atractivas.	
			20)	La presentación de los empleados de la municipalidad es buena.	
			21)	Los materiales asociados con el servicio (folletos o catálogos) son visualmente atractivos.	
			22)	Los horarios de actividades son convenientes.	
<b>Satisfacción del usuario.</b>	Rendimiento percibido	Resultados Percepción Desempeño	23)	Siente que la municipalidad está identificado con usted.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca. 2= Casi siempre. 3= Siempre.
			24)	Se siente conforme con el desempeño de los empleados de la municipalidad.	
			25)	El servicio que solicito es según sus especificaciones propias.	
			26)	Se siente cómodo con el ambiente que ofrece la municipalidad.	
			27)	Le gusta la forma de trabajo de la municipalidad.	
			28)	El desempeño de los empleados de la municipalidad lo percibo como algo sin importancia.	
	Expectativas	Motivación Experiencias	29)	Valoro el esfuerzo que brindan los empleados de la municipalidad.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca.
			30)	Se recepciona el servicio de manera conforme.	

		31)	El servicio que brinda la municipalidad es el esperado.	2= Casi siempre. 3= Siempre.
		32)	En la municipalidad existen facilidades para una buena experiencia en el servicio.	
		33)	La municipalidad se responsabiliza por cualquier inconveniente en el servicio prestado.	
Niveles de satisfacción	Insatisfacción Satisfacción Complacencia	34)	Se siente insatisfecho con los precios que establece la municipalidad.	Escala tipo Likert de 3 puntos: 1= Nunca. 2= Casi siempre. 3= Siempre.
		35)	Siente que recibe un buen servicio por la municipalidad.	
		36)	Le satisface los horarios y tiempo de entrega de servicio por parte de los empleados de la municipalidad.	
		37)	Le complace la cortesía de los empleados de la municipalidad.	
		38)	Está satisfecho con las facilidades de pago que brinda la municipalidad.	
		39)	Le satisface el cumplimiento de la entrega del servicio según sus necesidades específicas.	



#### Anexo 4: Instrumento de investigación.



## UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

### EP. ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**CUESTIONARIO:** La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima.

El presente cuestionario tiene el propósito de recoger información para el desarrollo de una tesis, cuya temática está relacionada con la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador - Lima. Para cuyo efecto, le agradecemos de antemano la veracidad de sus respuestas, pues así lo exigen la seriedad y la rigurosidad de la investigación.

#### I. INFORMACION DEMOGRAFICA:

Marque con una “X” el número que corresponde.

Edad:

a- 18 a 30 años ( ) b- 31 a 40 años ( ) c- 41 a 50 años ( ) d- 51 a 65 ( )

Sexo del encuestado:

a- Masculino ( ) b- Femenino ( )

Ocupación:

a- Profesional ( ) b- Técnico ( ) c- Auxiliar ( )

#### II. INFORMACIÓN SOBRE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL USUARIO.

Cada ítem tiene cinco posibilidades de respuesta. Marque con una X solamente un número de la columna correspondiente a su respuesta.

NUNCA.	CASI SIEMPRE.	SIEMPRE.
1	2	3

En las veces que acude usted A la municipalidad..... (Tomar en cuenta para todas preguntas).

#### ITEMS

##### Variable 1: Calidad de servicio.

##### Dimensión: Fiabilidad.

		1	2	3
1	Cuando el empleado que atiende en la municipalidad promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple.			
2	Cuando Ud. Tiene un problema, el personal que lo atiende muestra sincero interés de resolverlo.			
3	Los empleados de la municipalidad desempeñan el servicio de manera correcta e inmediata.			

4	Los empleados de la municipalidad proporcionan sus servicios de acuerdo a la normativa de manera correcta e inmediata.			
5	Los empleados de la municipalidad mantienen informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.			
<b>Dimensión: Capacidad de respuesta.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
6	Los empleados de la municipalidad le brindan el servicio con prontitud.			
7	Los empleados de la municipalidad le brindan atención rápida y oportuna.			
8	Los empleados de la municipalidad siempre se muestran dispuestos a ayudar al usuario.			
9	Los empleados de la municipalidad siempre están dispuestos a atender al usuario.			
<b>Dimensión: Seguridad.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
10	El comportamiento de los empleados de la municipalidad, le inspira confianza			
11	Se siente seguro al realizar transacciones en la municipalidad.			
12	Los empleados de la municipalidad lo tratan siempre con cortesía.			
13	Los empleados de la municipalidad cuentan con el conocimiento para responder sus consultas.			
<b>Dimensión: Empatía.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
14	Los empleados de la municipalidad le brindan atención individual.			
15	La municipalidad cuenta con empleados que brinden una atención personal.			
16	Los empleados de la municipalidad se preocupan por cuidar los intereses de sus usuarios.			
17	Los empleados de la municipalidad entienden sus necesidades específicas.			
<b>Dimensión: Elementos tangibles.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
18	La apariencia de equipos de la municipalidad es moderna.			
19	Las instalaciones físicas de la municipalidad son visualmente atractivas.			
20	La presentación de los empleados de la municipalidad es buena.			
21	Los materiales asociados con el servicio (folletos o catálogos) son visualmente atractivos.			
22	Los horarios de actividades son convenientes.			
<b>Variable 2: satisfacción de los usuarios.</b>				
<b>Dimensión: rendimiento percibido.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
23	Siente que la municipalidad está identificada con usted.			
24	Se siente conforme con el desempeño de los empleados de la municipalidad.			
25	El servicio que solicito es según sus especificaciones propias.			
26	Se siente cómodo con el ambiente que ofrece la municipalidad.			
27	Le gusta la forma de trabajo de la municipalidad.			
28	El desempeño de los empleados de la municipalidad lo percibo como algo sin importancia.			
<b>Dimensión: Expectativas.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
29	Valoro el esfuerzo que brindan los empleados de la municipalidad.			
30	Se recepciona el servicio de manera conforme.			
31	El servicio que brinda la municipalidad es el esperado.			
32	En la municipalidad existen facilidades para una buena experiencia en el servicio.			
33	La municipalidad se responsabiliza por cualquier inconveniente en el servicio prestado.			

<b>Dimensión: Niveles de satisfacción.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>34</b>	Se siente insatisfecho con los precios que establece la municipalidad.			
<b>35</b>	Siente que recibe un buen servicio por la municipalidad.			
<b>36</b>	Le satisface los horarios y tiempo de entrega de servicio por parte de los empleados de la municipalidad.			
<b>37</b>	Le complace la cortesía de los empleados de la municipalidad.			
<b>38</b>	Está satisfecho con las facilidades de pago que brinda la municipalidad.			
<b>39</b>	Le satisface el cumplimiento de la entrega del servicio según sus necesidades específicas.			

## **Anexo 5: Ficha técnica del instrumento de la variable calidad de servicio.**

### **FICHA TECNICA DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO.**

**1. Nombre:** La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.

**2. Modelo de medición:**

Escala de la calidad de servicio según SERVQUAL.

**3. Autores:**

Zeithaml, Parasuraman y Berry.

**4. Año de Creación:** 1991

**5. Objetivo:**

Determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.

**6. Muestra de aplicación:**

Se trabajará con una muestra probabilística, de 384 usuarios de la Municipalidad de Villa El Salvador- Lima.

**7. Estructura**

El instrumento está compuesto por 22 preguntas sustentadas en el marco teórico y relacionado con cada una de las variables. Las preguntas están distribuidas de la siguiente manera:

<b>VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO</b>	<b>(22 PREGUNTAS)</b>
• Fiabilidad	5 preguntas
• Capacidad de respuesta	4 preguntas
• Seguridad	4 preguntas
• Empatía	4 preguntas
• Elementos tangibles	5 preguntas

**8. Validez:**

Mediante juicio de 3 expertos.

**9. Confiabilidad:**

Mediante Alfa de Cronbach

**10. Forma de administración:**

En forma individual

**11. Duración:**

10 minutos.

**12. Forma de calificación:**

El instrumento ofrece tres categorías de respuesta con un escalamiento tipo Likert:

<b>CATEGORÍA DE RESPUESTA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
Nunca	1
Casi siempre	2
Siempre	3

## **Anexo 6. Ficha técnica del instrumento de la variable satisfacción de los usuarios.**

### **FICHA TECNICA DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO.**

**1. Nombre:** La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.

**2. Modelo de medición:** Cuestionario de satisfacción del cliente (Kloter 2003).

**3. Autor:** kotler

**4. Año de Creación:** 2003.

**5. Objetivo:**

Determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019.

**6. Muestra de aplicación:**

Se trabajará con una muestra probabilística, de 384 usuarios de la Municipalidad De Villa El Salvador- Lima.

**7. Estructura**

El instrumento está compuesto por 11 preguntas sustentadas en el marco teórico y relacionado con cada una de las variables. Las preguntas están distribuidas de la siguiente manera:

<b>VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO</b>	<b>(8 PREGUNTAS)</b>
• Rendimiento percibido.	6 preguntas
• Expectativas.	5 preguntas
• Nivel de satisfacción.	6 preguntas

**8. Validez:**

Mediante juicio de expertos

**9. Confiabilidad:**

Mediante Alfa de Cronbach

**10. Forma de administración:**

En forma individual

**11. Duración:**

05 minutos.

**12. Forma de calificación:**

El instrumento ofrece tres categorías de respuesta con un escalamiento tipo Likert:

<b>CATEGORÍA DE RESPUESTA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
Nunca	1
Casi siempre	2
Siempre	3

Anexo 7. Validación de instrumentos.



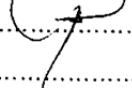
VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS  
UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Título del instrumento a validar: La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima 2019

**INSTRUCCIONES:**

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple los objetivos propuestos?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
4. ¿Considera Ud. que si se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
5. ¿Estima Ud. que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podría agregar?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. ¿Qué preguntas se podrían eliminar?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Fecha (d/m/a): 21/03/19 ..... Firma:  .....

Validado por: Víctor Álvarez Manrique .....

Grado académico: Doctor en Administración .....

Institución: Uni. Federico Villarreal ..... Ciudad o país: Perú .....





**VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS**  
**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

Título del instrumento a validar: La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima 2019

**INSTRUCCIONES:**

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple los objetivos propuestos?  
 0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?  
 0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?  
 0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
4. ¿Considera Ud. que si se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?  
 0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
5. ¿Estima Ud. que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?  
 0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ 100
6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podría agregar?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
7. ¿Qué preguntas se podrían eliminar?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Fecha (d/m/a): 21/03/2019 Firma: [Firma]  
 Validado por: Alexander De la Cruz Vengas  
 Grado académico: Doctor  
 Institución: UPeU Ciudad o país: Lima - Perú



VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS  
**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Título del instrumento a validar: La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador- Lima, 2019.

**INSTRUCCIONES:**

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple los objetivos propuestos?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ **100**
2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ **100**
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ **100**
4. ¿Considera Ud. que si se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ **100**
5. ¿Estima Ud. que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?  
0 \_\_\_ 10 \_\_\_ 20 \_\_\_ 30 \_\_\_ 40 \_\_\_ 50 \_\_\_ 60 \_\_\_ 70 \_\_\_ 80 \_\_\_ 90 \_\_\_ **100**
6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podría agregar?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. ¿Qué preguntas se podrían eliminar?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Fecha (d/m/a): 21/02/19 Firma: [Firma]

Validado por: Nancy Abigail Razo Salas

Grado Académico: Maestría en Administración

Institución: Municipalidad Provincial de Lima Ciudad o país: Perú