

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Relación entre la Calidad de Servicio y Satisfacción Percibido
por los Usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.**

Por:
Amarys Noemí Luque Mamani

Asesor:
Mg. John Herbert Cahuana Sánchez

Juliaca, marzo de 2019

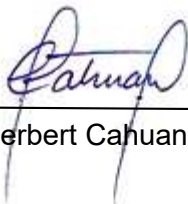
DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

Mg. John Herbert Cahuana Sánchez, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración con mención en Gestión Empresarial, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: “Relación entre la Calidad de Servicio y Satisfacción Percibido por los Usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017” constituye la memoria que presenta la **Bachiller Amarys Noemí Luque Mamani** para aspirar al Profesional de Licenciado en Administración con mención en Gestión Empresarial, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca, a los 13 días del mes de mayo del año 2019.



Mg. John Herbert Cahuana Sánchez

Relación entre la Calidad de Servicio y Satisfacción Percibido por los
Usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

TESIS

Presentada para optar el grado académico de Licenciado en Administración con
Mención en Gestión Empresarial

JURADO CALIFICADOR



Mg. Amed Vargas Martínez
Presidente



Lic. Dante Ortiz Guillén
Secretario



Lic. Julio Samuel Torres Miranda
Vocal



Lic. Kukulí Ana Coaquira Puma
Vocal



Mg. John Herbert Cahuana Sánchez
Asesor

Juliaca, 29 de marzo del 2019

DEDICATORIA

A Dios, por darme sabiduría y mantenerme firme en alcanzar mi meta. A mis padres, Timotea y Mariano por darme su confianza y apoyo incondicional en la culminación de mis estudios y, a mis hermanos, Martha, René y Ana Lisbeth por sus consejos y apoyo desinteresado.

AGRADECIMIENTO

A mis docentes por compartir sus conocimientos y experiencias que fue fundamental en mi formación profesional.

A mi asesor, Mg. John Cahuana Sánchez, por compartir sus experiencias y su valiosa orientación en el desarrollo en el estudio.

Finalmente, mi agradecimiento a la colaboración de numerosas personas que participaron en el estudio Mil gracias a cada uno de ellos.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
Capítulo I: Identificación del problema	13
1.1 Descripción de la Realidad problemática	13
1.2 Formulación del problema	14
1.2.1 Problema general	14
1.2.2 Problemas específicos	14
1.3 Justificación de la investigación	15
1.3.1 Relevancia de la investigación	15
1.3.2 Relevancia social	16
1.3.3 Relevancia económica	16
1.3.4 Relevancia cultural	16
1.4 Justificación teórica	17
1.5 Objetivos de la Investigación	19
1.5.1 Objetivo general.	19
1.5.2 Objetivos específicos.	19
1.6 Antecedentes de la investigación	19
1.6.1 Investigaciones internacionales	19
1.6.2 Investigaciones nacionales	21

1.6.3	Investigación local	22
1.7	Formulación de la hipótesis	23
1.7.1	Hipótesis general	23
1.7.2	Hipótesis específicas	23
Capítulo II: Fundamentos teóricos de la investigación		25
2.1	Presuposición filosófica	25
2.2	Fundamentos y posturas teóricas	25
2.2.1	Evolución de la gestión de la calidad de servicio	25
2.2.2	Diferencia de la conceptualización de la Calidad del servicio y Satisfacción del Cliente.	27
2.2.3	Dimensiones de la calidad	32
2.3	Fundamentos teóricos de la satisfacción del cliente	36
2.3.1	Similitudes y diferencias entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes	38
2.4	Bases teóricas	39
2.4.1	Calidad de servicio	39
2.4.2	Clasificación de los servicios	40
2.4.3	Calidad en las organizaciones de servicios	42
2.4.4	Modelos de la calidad de servicio	42
2.4.5	Modelo Servqual (Service Quality)	44
2.4.6	Modelo ampliado de la calidad de servicio de Parasuraman Zeithmal y Berry.	47

2.4.7	Dimensiones de la calidad de servicio de Parasuraman, Zeithmal y Berry de 1988	49
2.4.8	Variable asociada: Satisfacción del cliente.	51
2.4.9	Beneficios de lograr la satisfacción del cliente	51
2.4.10	Técnicas de control y medición	52
2.4.11	El rendimiento percibido:	52
2.4.12	Las expectativas	53
2.4.13	Los niveles de satisfacción	55
2.4.14	Diferencias entre los servicios públicos y los servicios privados	56
2.5	Gobierno Local en estudio	59
2.5.1	Finalidades	59
2.5.2	Objetivos	59
2.5.3	Competencias	60
2.5.4	Estructura organizacional	61
2.5.5	Organigrama Estructural	65
2.6	Marco conceptual y operación de términos.	67
2.6.1	Calidad	67
2.6.2	Servicio	67
2.6.3	Servicio público	67
2.6.4	Elementos tangibles	67
2.6.5	Fiabilidad	67
2.6.6	Capacidad de respuesta	68
2.6.7	Seguridad	68

2.6.8	Empatía	68
2.6.9	Satisfacción	68
2.6.10	El rendimiento percibido:	69
2.6.11	Las expectativas:	69
2.6.12	Niveles de satisfacción:	69
2.6.13	Calidad de servicio para la administración publica	69
Capítulo III: Metodología de la investigación		70
3.1	Tipo de investigación	70
3.2	Diseño de investigación	70
3.3	Población y Muestra	71
3.3.1	Población	71
3.3.2	Muestra	72
3.4	Variables de estudio	73
3.4.1	Variable independiente	73
3.4.2	Variable asociada	74
3.5	Operacionalización de variables	74
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	78
3.6.1	Técnicas de recolección de datos	78
3.6.2	Instrumentos de recolección de datos	78
3.6.3	Validación de instrumentos de medición	79
3.6.4	Plan de procesamiento de datos	79
3.7	Validación de instrumentos de medición	79
3.8	Plan de procesamiento de datos: (Fuentes de datos primarios)	84

Capítulo IV: Resultados de la investigación	85
4.1 Presentación de resultados	85
4.1.1 Análisis descriptivo de la población (cálculo de los indicadores y medidas de resumen)	85
4.2 Análisis mediante la prueba estadística específica	87
4.2.1 Análisis, interpretación de los resultados objetivo general	88
4.2.2 Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 1	91
4.2.3 Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 2	94
4.2.4 Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 3	98
4.2.5 Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 4	101
4.3 Interpretación de resultados y Discusión	108
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones	112
5.1 Conclusiones	112
5.2 Recomendaciones	113
Referencias bibliográficas	115
ANEXOS	120
ANEXO B: MATRIZ INSTRUMENTAL	123
ANEXO C: MATRIZ DE CONSISTENCIA	125
ANEXO D: ANÁLISIS FACTORIAL COMUNALIDADES: CALIDAD DE SERVICIO 126	
ANEXO E: ALFA DE CRONBACH; CALIDAD DE SERVICIO	127
ANEXO G: ALFA DE CRONBACH; SATISFACCIÓN PERCIBIDA	128

RESUMEN

El presente estudio ha sido desarrollado con el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios en la municipalidad Provincial de Sandia, 2017. Para ello se llevó una investigación tipo cuantitativo, con un diseño no experimental también llamado observacional-correlacional. La población total está constituida por una población total de 43,142; de las cuales se ha trabajado con una muestra probabilística estratificado de 381 usuarios beneficiarios. El instrumento utilizado para la recolección de información es un *cuestionario* basado en el modelo Servqual; para ello las variables calidad de servicio está conformada por 5 dimensiones y compuesta por 22 ítems. Así mismo la variable asociada satisfacción percibida basada, en la teoría kotler, está conformada por 3 dimensiones y 15 ítems. Las cuales han sido adaptadas a las necesidades específicas de la población en estudio validado previamente. Simultáneamente, como $X^2 C = 178.58$ pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que indica la calidad de servicio tiene una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017; y según la prueba estadística Rho de Sperman, el grado de relación obtenida es $\rho=0.434$. El mismo que demuestra una correlación moderada entre las variables de investigación. Además, existe dependencia entre las variables calidad de servicio y la satisfacción percibido. Al nivel de significación del 5%. Finalmente, sin embargo, un importante 72.7% de usuarios beneficiarios calificaron a los servicios municipales como regular: a) elementos tangibles; b) Fiabilidad; c) capacidad de respuesta; d) Seguridad; y, e) empatía. El mismo que predomina que mayor calidad de servicio mayor será satisfacción y así mismo a una regular calidad de servicio ofrecida a los usuarios beneficiaros, regular será satisfacción percibida en los servicios municipales.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción percibida, usuarios, municipalidad, servicios públicos.

ABSTRACT

The present study has been developed with the objective of determining the relationship between the quality of service and the satisfaction perceived by users in the Provincial municipality of Sandia, 2017. For this purpose, a quantitative type investigation was carried out, with a non-experimental design also called observational-correlational. The total population consists of a total population of 43,142; of which we have worked with a stratified probabilistic sample of 381 beneficiary users. The instrument used to collect information is a questionnaire based on the Servqual model; for this, the variables quality of service is made up of 5 dimensions and composed of 22 items. Likewise, the variable associated with perceived satisfaction based on the kotler theory is made up of 3 dimensions and 15 items. Which have been adapted to the specific needs of the study population previously validated. Simultaneously, since $X^2 C = 178.58$ belongs to the rejection region, the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted, which indicates the quality of service has a significant relationship with the satisfaction perceived by users in the Provincial Municipality of Sandia, 2017; and according to the Sperman Rho statistical test, the degree of relationship obtained is $\rho = 0.434$. The same that demonstrates a moderate correlation between the research variables. In addition, there is dependence between the variables quality of service and perceived satisfaction. Finally, however, an important 72.7% of beneficiary users rated municipal services as regular: a) tangible elements; b) Reliability; c) responsiveness; d) Security; and, e) empathy. The same that predominates that greater quality of service will be greater satisfaction and likewise to a regular quality of service offered to the beneficiary users, regular will be perceived satisfaction in municipal services.

Keywords: Quality of service, perceived satisfaction, users, municipality, public services.

Capítulo I: **Identificación del problema**

1.1 Descripción de la Realidad problemática

La Municipalidad Provincial de Sandia es una entidad independiente como gobierno local de la provincia de Sandia, con facultad política, económica y administrativa.

Realizando un diagnóstico de las actividades que desarrolla la Municipalidad Provincial de Sandia, dentro de ella los que cumplen la función de gobierno como órgano ejecutivo, las cuales están orientados al desarrollo local, y el bienestar social, enfocados a cumplir con las necesidades del propio individuo y de la sociedad beneficiaria; donde las prácticas rutinarias, burocráticas y la poca interacción de la entidad y el usuario beneficiario, genera suspicacias, configurándolo a la institución municipal como caótica, contradictoria e ineficiente, donde las solicitudes y peticiones no son atendidas en los plazos previstos ya sea en beneficio personal, o beneficio de la sociedad en conjunto, es una constante en la población beneficiario (a); y dentro de las actividades que desarrolla la municipalidad como: la promoción del desarrollo económico local, servicio de programas sociales, defensa y promoción de derechos, servicio de abastecimiento en bienes y servicios, servicios de educación, cultura, deporte y recreación, servicios de transporte público, servicio de saneamiento y alcantarillado, trámite de licencias de funcionamiento, pago de arbitrios (residuos sólidos, agua, serenazgo) pago de predios (auto avalúos), servicios de organización del espacio físico, y servicio de seguridad ciudadana y entre otros, etc.

Por consiguiente, la mejora de los servicios públicos de los gobiernos locales dependerá del compromiso e involucramiento de los diferentes órganos de dirección y de apoyo; aplicando la calidad de servicio como una práctica sistemática e integral, para la mejora de una gestión municipal y con ello se consiga el éxito en la organización municipal.

Además, Chambilla (2014) en su artículo Científico titulada refiere: la calidad de servicio y la satisfacción de la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014. Que la institución es percibida por los usuarios del servicio como una organización burocrática,

con excesiva documentación y requisitos para un trámite administrativo y mucha demora en la atención del mismo.

Asimismo, por otro lado, en un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, a gobiernos Locales y Regionales sobre el nivel de desconfianza en la municipalidad provincial es de 81.3% y el nivel de confianza apenas alcanza el 13.9%. La gestión de los gobiernos locales de la región puno, según la valoración de la población es de mala y muy mala gestión, que alcanza 64.5%.

Además, González (2015) en la tesis titulada “Calidad de servicio versus la satisfacción en el cliente, del servicio de Administración Tributaria de Trujillo – SATT”; en el que se tiene como objetivo; determinar cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de Administración Tributaria de Trujillo SATT en el año 2014.

Y según, los resultados en la investigación se pudieron constatar que el 37.87% (136 clientes) manifiestan estar poco satisfechos, el 34.06 % (125 clientes) manifestaron estar satisfechos, y solo el 6.81% (25 clientes); se encuentran muy satisfechos, con una muestra de 367 clientes; el mismo que concluye que la calidad de servicio que brinda el SATT-Trujillo no es satisfactorio para los usuarios.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandía, 2017?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandía, 2017?
- ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandía, 2017?

- ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017?
- ¿Cuál es la relación entre la seguridad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017?
- ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017?

1.3 Justificación de la investigación

En la actualidad la municipalidad como principal promotora del desarrollo local y el bienestar social, accediendo junto a ella; las diferentes áreas conformadas por los servidores públicos son responsables de promover las mejoras en la calidad de servicio versus la satisfacción del mismo en la institución municipal. En el que la institución municipal podrá contar con un instrumento validado para la medición de la calidad de servicio de la escala SERVQUAL, y de la variable satisfacción percibido por el usuario (beneficiario) validados para el sector público., además de conocerse el diagnóstico situacional de la entidad municipal.

1.3.1 Relevancia de la investigación

La investigación se desarrolla para permitir ampliar los conocimientos a través de la recolección de datos y validación en el campo de estudio en los que se pueda aportar, interpretar y argumentar y con ella los investigadores y/o institución municipal, les permitirá establecer mecanismos con el propósito de mejorar la calidad de servicio versus satisfacción percibido por los usuarios beneficiarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, evaluando las apreciaciones y expectativas del usuario; que como resultado ayudara a determinar el estado situacional de la institución municipal. Por ello es esencial capacitar al servidor público para crear nuevas estructuras organizativas y procedimientos para darles debido cumplimiento maximizando los resultados.

1.3.2 Relevancia social

Tomando en consideración que los servicios en el sector público son uno de los principales factores de bienestar social que forma parte de las políticas y estrategias gubernamentales, por ende, la valoración de la calidad de servicio es vital para su control e implementación de las mejoras de la calidad y satisfacción del mismo.

Asimismo, los resultados obtenidos puedan contribuir a la institución, información relevante para que la calidad de servicio prime como un elemento imprescindible que contribuya el bienestar social del usuario (beneficiario) de modo que debe reflejar de manera significativa en la satisfacción del ciudadano.

1.3.3 Relevancia económica

Por otro lado, la desigualdad en las fuentes de ingreso asignados a los gobiernos locales municipales y la escasez de los recursos económicos financieros, motiva la inacción en algunos casos o ausencia para garantizar la prestación de servicios al público y de calidad, el mismo que en la práctica involucra la falta de gestión del potencial humano, que garantizara el desarrollo de las capacidades del personal con el nivel adecuado de capacitación e identidad del servidor público que se manifestase en un servicio eficiente al ciudadano, resolviendo con rapidez los procesos y trámites administrativos solicitados a las diferentes áreas el mismo que satisfaga las necesidades básicas en beneficio personal o un beneficio común de la población usuaria. Por lo que al final se traduce en la mejora de los ingresos económicos en las familias como consecuencia de la eficiente gestión en la administración de los recursos humanos y financieros destinados a los gobiernos locales.

1.3.4 Relevancia cultural

Así mismo, la importancia radica que los resultados hallados en la investigación sean el puente para mejorar los niveles de calidad demanda; en consecuencia difundamos los productos de las investigaciones realizadas para análisis y conocimiento; promoviendo una cultura emprendedora para las instituciones públicas y privadas, incorporándose a las

prácticas de investigación que involucren desarrollar cambios, en la formación de nuestro aprendizaje en las actividades que desarrollemos en la sociedad en general.

1.4 Justificación teórica

Denton (1991) determina como punto clave. El servicio de mala calidad tiene sus raíces en la gestión de mala calidad. En vez de burocracia, lo que necesitamos es flexibilidad. En vez de gerentes autocráticos que únicamente se concentran en la productividad, es necesario mayor compromiso por parte de los servidores públicos, más confianza en la presión por parte de los compañeros y mayor énfasis en las más amplias cuestiones de la “colectividad”. Los empleados que trabajan de cara al público deben disponer de la libertad, así como de la autoridad y las responsabilidades necesarias para tratar con clientes individuales.

Además, en la investigación realizada por Noriega (2016); tesis titulada Calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016. El mismo que tenía por objetivo, determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016. Se empleó una encuesta tipo Likert dirigida hacia los pobladores en estudio, y para su análisis y procesamiento de la investigación se empleó el software estadístico SPSS y Excel, con una muestra de 385 usuarios. La investigación concluyó que, existe relación directa entre las variables de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, el mismo que se encuentra un nivel medio, con el 57.40% de relación, mientras que con un nivel alto solo un 36.62% respectivamente. Por consiguiente, constatando la hipótesis planteada, existe relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016. Por lo que se concluye que existe relación directa entre las variables estudiadas. La correlación de Spearman en un nivel de significancia del 5% y un valor de 0.906; es decir a mayor calidad del servicio proporcionada por la Municipalidad Distrital de El Porvenir, también será mayor la satisfacción que recibe el

usuario, en cambio si la Municipalidad suministrara un servicio que signifique menor calidad, menor será la satisfacción de los usuarios.

Maza (2004) El servicio público surge como una respuesta a las necesidades que tienen los seres humanos al vivir en colectividad, las cuales son satisfechas por el sector público a través de acciones y tareas que lleva a efecto la administración pública, en tanto representa una organización cuyas funciones en buena medida están encaminadas a la satisfacción de las necesidades de los individuos que forman parte de una circunscripción geográfica determinadas a cumplir con los fines del estado nacional. La prestación de los servicios públicos a la comunidad que las autoridades deben garantizar, estableciendo procedimientos administrativos y una organización que tiene como fin satisfacer las necesidades de la población, debe de estar basado en los siguientes principios: igualdad, permanencia, o de continuidad, adecuación, generalidad, legalidad, obligatoriedad, persistencia y adaptación.

El principio de igualdad, garantiza la uniformidad que los ciudadanos deben gozar del servicio público municipal en igualdad de condiciones, siempre que hayan cubierto los requisitos necesarios para su uso, es decir, el servicio público municipal debe ser proporcionado de manera regular continua, sin interrupción en su prestación. Su permanencia prolongada y segura garantiza la satisfacción de necesidades colectivas, a través del tiempo. Es imposible que un servicio público municipal sea proporcionado por periodos. El principio de adecuación, consiste en que el servicio público municipal debe responder a las necesidades de la comuna local en cantidad y calidad. Por consiguiente, es importancia capital que los órganos responsables de la prestación de los servicios, cuenten con el equipo personal capacitado e instalaciones adecuadas y funciones para cubrir las demandas y necesidades de la comunidad.

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo general.

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

1.5.2 Objetivos específicos.

- Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.
- Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.
- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.
- Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.
- Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

1.6 Antecedentes de la investigación

1.6.1 Investigaciones internacionales

En la investigación realizado por Wladimir A. Palacios Zurita, Miryam E. Félix López, María P. Ormaza Murillo (2016); artículo titulado: Medición de la satisfacción con la calidad del servicio prestado en una dirección financiera municipal. Donde la investigación tiene como objetivo general determinar el grado de satisfacción de los usuarios de la Dirección Financiera de un Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal. El instrumento de recolección de datos es una encuesta modificada del modelo multidimensional SERVQUAL. La metodología del estudio llamado observacional, descriptivo y de corte transversal con una muestra de 322 usuarios seleccionados mediante el muestreo aleatorio

sistemático. Los ítems considerados para evaluar la calidad de servicio fueron; fiabilidad, capacidad de respuesta, Empatía, seguridad, bienes tangibles, y satisfacción global. Y entre los resultados obtenidos se puede evidenciar el alto grado de satisfacción en los usuarios de las diferentes categorías, obteniéndose así altos niveles de satisfacción en la dimensión de empatía con un 72% y con un 61% en seguridad, y en la dimensión de tangibilidad un 56%, fiabilidad 55% y 46% en capacidad de respuesta. Por consiguiente, la investigación concluye que, el grado de satisfacción en los usuarios mediante la calidad de servicio que prestan las oficinas de recaudación, rentas, tesorería, contabilidad, presupuesto y proveeduría, son positivos. La validación arrojó una medida de adecuación de KMO de 0,961 y la Prueba de esfericidad de Bartlett dio un nivel de significancia de 0,001. El alfa de Cronbach proyectó un valor de 0,97; cifras que permiten determinar a la herramienta de evaluación como válida y confiable.

Por otro lado, la investigación desarrollada por Moreno (2009) en el artículo titulado: La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida. El mismo que tiene como objetivo identificar la vinculación que existe entre los términos calidad del servicio y satisfacción del cliente y a partir de ello, hallar la relación existente entre ellos, en el servicio personalizado prestado en las agencias de las entidades financieras del municipio Libertador del estado Mérida. Trazando un método de investigación con un enfoque cuantitativo, de tipo documental y de campo. De modo que esta última se recolectó datos de los proveedores del servicio (gerencias de las agencias de atención al cliente). La población objeto de la investigación que estuvo conformada por el total de las agencias de instituciones financieras del municipio Libertador en el estado de Mérida. Las mismas que tienen un total de 40 agencias que pertenecen a los diferentes sub agencias del sistema financiero de Venezuela, como es la banca universal y comercial y el total de usuarios que acuden a las diferentes agencias del municipio Libertador del estado Mérida. Por consiguiente, que a través de un análisis de asociación o de independencia practicado entre los niveles de puntuación de Servqual y

de satisfacción del usuario, se corrobora la relación positiva existente entre los niveles de satisfacción del usuario de dichos servicios en las agencias de las instituciones financieras.

En la investigación realizado por los investigadores Rosa M. Sánchez Hernández, Vicente Martínez Tur, Gloria González Morales, José M. Peiró (2009) artículo titulada. Un análisis transnivel de las relaciones de la calidad de servicio y la confirmación de expectativas con la satisfacción de los usuarios. En el que se desarrolló para examinar las relaciones de confirmación de expectativas de la calidad de servicio funcional y relacional con la satisfacción de los usuarios que se atienden. La misma que contó con la participación de 156 trabajadores de 52 unidades de trabajo, además de 517 usuarios que han sido atendidos por los mismos trabajadores del establecimiento, con un enfoque transnivel, con el modelo de coeficientes aleatorios en las que se han examinado las variables propuestas, y la reafirmación de expectativas se mantuvo una relación fuerte con la satisfacción. Además, los resultados corroboraron la existencia de una relación adicional estadísticamente significativa entre calidad de servicio funcional y satisfacción. De las dimensiones antes propuestas; funcionales y relacionales, se mantuvo la relación funcional de manera positiva y estadísticamente es significativa en la satisfacción del cliente, en la que se muestra un efecto transnivel, por lo contrario, no es observable las relaciones estadísticas significativas; entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

1.6.2 Investigaciones nacionales

En la investigación realizado por Alberto (2016) en la tesis cuyo título referido a la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016. Cuya investigación plantea como objetivo; determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Trujillo. La investigación antes mencionada es de tipo descriptiva correlacional además no experimental y de corte transversal; con un tipo de muestreo probabilístico. El mismo que se aplicó a 339 usuarios de la localidad de Carta vio y anexos;

los mismos usuarios que acuden por el servicio de administración tributaria y fiscalización. Por consiguiente, de lo anterior se concluye que hay una relación directa ya que en el aumento o disminución de una variable se invierte en la otra esto, lo que quiere decir que cuando relaciona las variables; calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, finalmente se obtuvo del análisis de Rho de Spearman un índice de 0,117 reflejando una correlación positiva muy baja, quiere decir que, a mayor calidad de servicio, mayor es la satisfacción de los usuarios.

Además, Chambilla (2016) en su artículo titulada: La calidad de servicio y la satisfacción de la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014. La investigación desarrollada plantea como objetivo general; determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios. En el que se describe que la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, es percibido por los usuarios del servicio como una organización burocrática, con excesiva documentación y requisitos para un trámite administrativo y mucha demora en la atención del mismo. Lamentablemente estos casos se suscitan diariamente. Considerando la problemática anterior, surge la necesidad de investigar de manera objetiva como se caracteriza la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la sede central del Gobierno Regional de Moquegua. La investigación se tipifica como una investigación no experimental con diseño transeccional correlacional, la muestra conformada con una población de 102 usuarios externos, seleccionados por un muestreo sistemático. Para recolectar de datos, se han aplicado los cuestionarios de calidad de servicio y la satisfacción con el servicio. En los resultados se encontró que existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y satisfacción con el servicio, 2014 ($r = 0,65$; $p < 0.01$); lo que implica mientras más altas son las expectativas que se tiene del servicio a recibir, mejor es la percepción del servicio una vez recibido

1.6.3 Investigación local

En la investigación local realizada por Guilio G. Peñalosa Beltrán (2015); tesis titulada Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el banco de la Nación, Puno, 2015. Se

ejecutó con el objetivo de determinar el grado de relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de Puno en los meses de abril-junio del año 2015. La investigación es de tipo descriptiva correlacional, con diseño transversal, con una muestra conformada por 32 empleados y 382 clientes. Así mismo para la recolección de datos se utilizó un cuestionario para cada una de las variables. El análisis de los datos se realizó con la estadística descriptiva porcentual y la comprobación de la hipótesis se usó la prueba Coeficiente de correlación de Pearson. Los resultados obtenidos de la evaluación al personal fueron: que un importante 53.1% de los empleados brindan un servicio de regular calidad y el 46.9% servicio de alta calidad. Respecto a los principios de la calidad, el 68.8% de los empleados perciben que la delegación es eventual, así como el seguimiento en el 37%; mientras el 84.4% manifestó que siempre se trabaja en equipo, 50% casi siempre en la auditoria permanente y el 56.3% manifestó casi siempre en la prevención. Sobre el nivel de satisfacción del cliente es del 56.5% de los clientes que se encuentran medianamente satisfechos, el 24.6% satisfecho y el 18.8% insatisfecho, en las dimensiones encontramos que el 40.8% de los clientes satisfechos con los elementos tangibles, el 35.0% algo satisfecho con la fiabilidad, el 32.7% con capacidad de respuesta; pero el 40.8% es indiferente con la seguridad, así como el 43.2% con la empatía. Se concluye que, la calidad del servicio tiene relación significativa ($r= 0.490$) con la satisfacción de los clientes del banco de la Nación Puno.

1.7 Formulación de la hipótesis

1.7.1 Hipótesis general

La calidad de servicio posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

1.7.2 Hipótesis específicas

- Los elementos tangibles poseen relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

- La fiabilidad posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.
- La capacidad de respuesta posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.
- La seguridad posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.
- La empatía posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Capítulo II: Fundamentos teóricos de la investigación

2.1 Presuposición filosófica

En el libro sagrado de la biblia en Colosenses (3: 23 - 24); indica lo siguiente. De todo lo que uno haga, lo haga de corazón, como para el Señor nuestro Dios y no como para los hombres; sabiendo que del Señor recibirás la recompensa de la herencia, porque a Cristo el Señor servís.

Por otro lado, la profetiza Elena G. De White (1967) refieren en la colección de Mensaje para Jóvenes que el Hijo del hombre no vino para ser servido, sino para servir.

Así mismo Spencer W. Kimball (2006) menciona que prestar servicio a nuestros semejantes hace más profunda y más dulce esta vida mientras nos preparamos para vivir en un mundo mejor. Aprendemos a servir prestando servicio. Cuando nos encontramos embarcados en el servicio a nuestro prójimo, no solamente lo ayudamos con nuestras acciones, sino que también ponemos nuestros problemas en la debida perspectiva. Si nos preocupamos más por otras personas, tendremos menos tiempo para preocuparnos de nosotros mismos. En medio del milagro de prestar servicio, está la promesa de Jesús de que, si nos perdemos en servir, nos hallaremos a nosotros mismos.

No sólo nos hallamos en el sentido de que reconocemos la guía divina en nuestra vida, sino que cuanto más sirvamos a nuestros semejantes en la forma adecuada, más se ennoblecerá nuestra alma. Al prestar servicio a los demás, nos convertimos en mejores personas, en personas de más valía.

2.2 Fundamentos y posturas teóricas

Podemos encontrar muchas definiciones o teorías administrativas a lo largo de los años

2.2.1 Evolución de la gestión de la calidad de servicio

Ante la importancia que la calidad ha adquirido en los últimos años muchos se preguntan si es un concepto nuevo derivado de la competitividad a la que se enfrentan las organizaciones. Podemos decir que hablar de la calidad de servicio como filosofía de la

gestión se viene haciendo desde hace cuatro décadas, pero situar el nacimiento del concepto calidad resulta complejo es algo que se empleaba en las primeras civilizaciones (egipcia o fenicia) o en la edad media, aunque realmente ha tenido auge a partir de la era industrial debido al cambio que supuso la producción en masa y con ello la división del trabajo. Según Garvin (1988) citada en la investigación por Carlos Gonzáles Menorca, Leonor Gonzáles Menorca, Emma Juaneda Ayensa y Jorge Pelegrin Borondo (2014).

En el siglo XX y a principios del presente siglo, se ha generado un mayor desarrollo de la calidad, lo cual formar parte de la vida cotidiana de la comuna y bienestar de la misma, describe Ramón Barrera Barrera, José Manuel Ramírez Hurtado (2006) el mismo que se conceptúan en los procesos y procedimientos relacionados con la gestión y dirección.

El mismo que durante más de una década, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985; 1988; 1991; 1994a; 1994b); llevaron a cabo muchas investigaciones en las diferentes líneas y desarrollaron la escala SERVQUAL. Inicialmente, proponen diez dimensiones de la calidad de servicio; fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, accesibilidad, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión/ conocimiento del consumidor y elementos tangibles (Parasuraman et al. 1985). Tres años más tarde aparece la escala SERVQUAL, que consta de 22 ítems que reflejan 5 dimensiones que utilizan los que consumen para evaluar la calidad de servicio (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).

La calidad de servicio percibido, resulta del cotejo que realiza el cliente de sus expectativas versus el nivel de desempeño percibido en el servicio. Esta forma de medir la calidad de servicio percibido a través de la diferencia entre las percepciones y las expectativas se conoce también como pauta no confirmatoria sustractiva.

2.2.2 Diferencia de la conceptualización de la Calidad del servicio y Satisfacción del Cliente.

Cuando conceptualizar la calidad, se define como una evaluación a un largo plazo de post uso o de post consumo, susceptible en los cambios de cada transacción, se considera como el principal agente para el desarrollo y cambio de actitud hacia el objeto de uso o consumo. Si se concreta a un verdadero objeto de este trabajo podemos observar que los autores; Martínez-Tur, Peiró y Ramos (2001), conceptualizan a la calidad de servicio percibido, también es un antecedente como consecuencia de la satisfacción, como también lo definen otros investigadores como Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1994; Rust & Oliver (1994).

Los autores como; Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), define a la calidad de servicio como, una amplitud de la diferencia que exista entre las expectativas percibidos o deseos de los clientes y las percepciones del mismo. Definición que hace necesario conjunto de factores y poner en medición, donde lo clientes no conocen las especificaciones, pero demuestran las expectativas donde hacen una valoración de la calidad que lo perciben. Una manera equivocada de ésta perspectiva es que las expectativas son difíciles de identificar y medir. Desde Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) sugieren que la calidad de servicio hay discrepancias entre expectativas y las percepciones.

Tras este concepto hay una estrecha relación entre dos grandes enfoques; la calidad como satisfacción de expectativas, y calidad como conformidad. La primera debe de ser un antecedente de la siguiente, es decir, para satisfacer la expectativa de los clientes, éstas deben conocerse previamente y, a partir de este conocimiento es cuando deben configurarse las normas, especificaciones, y otros, que sirven como base a la determinación de la calidad como conformidad Casadesús, Heras & Merino (2005).

Esta definición se resume como una evaluación de actitud hacia el servicio, lo que quiere decir, si mencionado servicio cumple con unos fines que se ha propuesto,

asociándolos a acciones placenteras para la persona que va a actualizar en cada transacción y rendimiento percibido, influyendo la satisfacción que experimenta el usuario.

Del mismo, el autor Quintanilla (2002), afirma que calidad de servicio y satisfacción del usuario, son conceptos difíciles de separar. Del mismo modo, hay discrepancias al considerar el proceso por el cual se llega a experimentar la satisfacción. Cronin y Taylor (1992) y Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), consideran que la calidad de servicio percibido es una actitud duradera a lo largo del tiempo, mientras que la satisfacción es un juicio transitorio ante un servicio específico.

La experiencia de un servicio es una reacción personal y un sentimiento subjetivo que ocurre en el consumidor y se produce tras experimentar el servicio Otto, Petrick & Ritchie (2000). Es por ello que la gran mayoría de estudios que versan sobre la calidad de servicio y la satisfacción de los consumidores y los usuarios, coinciden en los puntos de vista donde los clientes y consideran que el punto central al momento de valorar los servicios donde las organizaciones tienen capacidad de proporcionar. Por lo antes mencionado, es normal que los rendimientos de las instalaciones sean valorados por personas que adquieren los bienes de consumo y los servicios, a través del análisis de la satisfacción que se experimenta o la calidad percibido por los usuarios, mencionada por Ferran Calabuig Moreno, Nuria Molina García, Juan Núñez Pomar (2012).

Tras una revisión de las principales aportaciones teóricas, se presenta una síntesis de algunas definiciones de calidad y los autores que lo acuñaron, refiere Díaz y Pons (2009)

Tabla 1

Definiciones de la calidad percibida

Desde la óptica de la percepción del cliente	
Zeithaml (1988)	"Juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto"

Desde la óptica de la percepción del cliente

Eiglier y Lageard (1989)	"Un servicio de buena calidad es el que, en una situación dada, satisface al cliente"
Zimmerman y Enell (1993)	"Grado en que el servicio satisface con éxito las necesidades del cliente a medida que se presta y queda determinada por unas características del servicio que el cliente reconoce como beneficiosas"
Espeso y Harrvey (1994)	"Consiste en satisfacer las demandas del cliente"
Sandhalm (1995)	"Conjunto de características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas o implícitas establecidas"
Cerezo (1997 a,b)	"Es la evaluación realizada por el consumidor"
Casino (1999)	"Juicio Global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio"
Capelleras y Veciana (2001)	" Es la percepción que sobre calidad de servicio considere el cliente"
Heckmann (2004)	"Juicio que realiza el consumidor sobre la excelencia o superioridad del servicio prestado"
Apud (2004)	"Es ante todo satisfacción del cliente"
Lloréns y Fuentes (2005)	"Es lo que el consumidor percibe que es"
Reimer y Kuehn (2005)	"Se evalúa de acuerdo a la perspectiva de la satisfacción del Cliente"
Velázquez et al. (2007)	"Juicio que realiza el cliente sobre la excelencia o superioridad del servicio prestado"

Desde la óptica de la percepción del cliente

Fuente: Gómez (2015)

Tras la investigación de los diversos autores sobre la literatura de la calidad de servicio, refieren; Díaz y Pons (2009) donde se plantea el concepto referido a la calidad que percibe el cliente y, desde otro punto de vista, proponen las expectativas y percepciones de los clientes.

Tabla 2

La calidad de servicio desde la óptica de la expectativa y la percepción del cliente.

Desde la óptica de las expectativas y percepciones de los clientes

Grönroos (1983)	"Es dependiente de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido y es, por esta razón, el resultado de un estado de evaluación continuado"
Parasuraman, Zeithaml y Berry (1989)	"Comparación de las expectativas del cliente con el resultado actual que recibe del servicio"
Harrigón (1989)	"Es el resultado de comparación de las expectativas y percepciones"
Larrea (1992)	" Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las tres expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos, cualitativos, de un producto o servicio principal"
Rust y Oliver (1994)	"Resultado de la diferencia percibido por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado"
Deming (1996)	"Exceder las necesidades y expectativas de los clientes a lo largo de la vida del producto"

Desde la óptica de las expectativas y percepciones de los clientes

Faché (2000)	"Es la medida en que el nivel de servicio prestado iguala las expectativas iniciales de un consumidor"
Barroso (2000)	"Comparación entre lo que el cliente espera recibir y lo que realmente recibe o el percibe que recibe"
Ruiz - Olalla (2001)	"Es una forma de actitud, relacionada pero no equivalente con la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción"
Nava (2003)	"Es cumplir y exceder con las expectativas del cliente de manera que logre crear valor agregado a las mismas"
Díaz (2003)	"Consiste en captar las exigencias de los clientes y analizar la forma de ofrecerles soluciones que respondan a sus necesidades y expectativas"
Rodríguez (2004)	"Es la necesidad de igualar y, en el mejor de los casos, superar las expectativas de los clientes para que éste perciba calidad en el servicio que recibe"
Pascual (2004); Colmenares y Saavedra (2007)	"Se produce cuándo lo percibido y experimentado por el cliente se corresponde por sus expectativas generadas del servicio en cuestión"
Bethencourt et al., (2005)	"Discrepancia entre las percepciones de los consumidores y sus expectativas"
Apoyo (2006); Botero y Peña (2006)	"Se evalúa acorde a las expectativas del cliente"
Medina, Rufín y Rey (2007)	"Es satisfacer todas las necesidades y expectativas de los clientes"

Desde la óptica de las expectativas y percepciones de los clientes

Miguel-Dávila y Flórez (2007)	"Consiste en igualar e incluso superar las expectativas de los clientes"
Santomá y Costa (2008)	"Es la comparación de las expectativas de los clientes con su percepción del Servicio"
Calabuig, Crespo y Mundina (2012)	"Una evaluación a largo plazo post-consumo o post-uso susceptible de cambio en cada transacción, fuente de desarrollo y cambio de las actitudes hacia el objetivo de consumo uso, y que es el resultado de procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo"

Fuente: Gómez (2015)

2.2.3 Dimensiones de la calidad

La trascendencia de la calidad de a través de la intangibilidad del servicio influye en que se perciba de forma subjetiva en la mayoría de los casos según refiere Gronroos y Kotler (1994). Por ello, la calidad de servicio es percibida también relativa y supone un mayor nivel de preocupación en comparación a los atributos de los productos, lo que se configura una propiedad multidimensional, según refiere Duque (2005). El carácter multidimensional esta aceptable ampliamente en el concepto del marketing, y a pesar de ello, no se han puesto de acuerdo para los parámetros que la conforman.

Por su parte, Lehtinen (1982) plantea una estructura tridimensional como dimensiones de la calidad lo siguiente 1. Calidad Física (dimensión técnica); 2. Calidad interactiva (dimensión funcional) y 3. Calidad corporativa (Imagen de la empresa).

Por su parte, Parasuraman (1985) propusieron diez dimensiones iniciales según (Tabla 03) y que posteriormente han sido las aceptadas y las que más interés han suscitado a los investigadores, citada en la investigación de Gómez (2015).

Tabla 3

Dimensiones de la calidad de servicio propuestos por Parasuraman en (1985)

Dimensión	Descripción
Elementos tangibles	"Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación" (Zeithaml et al., 1993:24).
Fiabilidad	"Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa" (Zeithaml et al., 1993:24).
Capacidad de respuesta	"Disposición de ayudar a los clientes y proveedores de un servicio rápido" (Zeithaml et al., 1993:24).
Profesionalidad	"Posesión de destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio" (Zeithaml et al., 1993:24).
Cortesía	"Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto" (Zeithaml et al., 1993:24).
Seguridad	"Inexistencia de peligros, riesgos o dudas" (Zeithaml et al., 1993:24).
Credibilidad	"Veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se provee" (Zeithaml et al., 1993:24).
Accesibilidad	"Accesible y fácil de contactar" (Zeithaml et al., 1993:24).
Comunicación	"Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles" (Zeithaml et al., 1993:24).
Comprensión del Cliente	"Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades" (Zeithaml et al., 1993:24).

Fuente: Parasuraman (1985)

No obstante, tras un análisis posterior más profundo. Parasuraman (1988) donde disminuyó las dimensiones de la calidad de los servicios a cinco, y que la cuarta y la quinta siguen en las dimensiones de los siete restantes. En consecuencia, las dimensiones planteadas fueron: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad

(incluye la profesionalidad, la cortesía, la credibilidad y la seguridad), y empatía (que también tiene los criterios la accesibilidad, la comunicación y la comprensión del usuario).

Por otro lado, Garvin (1988) expuso lo que entendió como factores que afectan al cliente al momento de percibir la calidad y ende estableció las siguientes dimensiones; el desempeño, las características, la confiabilidad, el apego, la durabilidad, los aspectos de servicio, la estética y la calidad percibido.

Eiglier y Langeard (1989) usaron la teoría de la servucción (modelo que se describirá en el siguiente párrafo) para el desarrollo del concepto de calidad de servicio a partir de sus tres niveles:

- La calidad del output o calidad del resultado final
- La calidad de los elementos de la Servucción o la calidad de elementos que intervienen en el proceso de fabricación del servicio.
- La calidad del proceso de prestación de servicio.
- Según los autores antes mencionados, las dimensiones están estrechamente relacionadas y si alguna de ellas no cumple con su objetivo, nunca se alcanzará la calidad del servicio.

Tabla 4

Resumen multidimensional de la calidad de servicio Según las teorías administrativas.

Autor	Dimensiones
Lehtinen y Lehtinen (1982)	1) Calidad Física, que incluye los aspectos físicos del servicio (equipamiento, edificios, ...) 2) Calidad corporativa, que afecta a la calidad de la empresa 3) Calidad interactiva, la cual deriva tanto de la interacción entre el personal y el cliente como del cliente con otros clientes
Grönroos (1984)	1) Dimensión técnica o de resultado

Autor	Dimensiones
Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)	2) Dimensión funcional o de proceso
	3) Imagen corporativa
	1) Elementos tangibles. Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación
	2) Fiabilidad. Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa
	3) Capacidad de respuesta. Disposición para ayudar a los clientes, y para proveerlos de un servicio rápido
	4) Profesionalidad. Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.
	5) Cortesía, atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto
	6) Credibilidad. Veracidad, creencia y honestidad del servicio que se provee
	7) Seguridad. Inexistencia de peligros, riesgos o dudas
	8) Accesibilidad. Lo accesible y fácil de contactar
9) Comunicación. Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles	
10) Comprensión del cliente. Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades	
Garvin (1988)	1) Desempeño
	2) Características
	3) Confiabilidad (probabilidad de un mal funcionamiento)
	4) Apego (Habilidad de cumplir con las expectativas)
	5) Durabilidad

Autor	Dimensiones
	6) Aspecto del Servicio (rapidez, cortesía, competencia y fiabilidad de corregir problemas) 7) Estética 8) Calidad percibido 1) La calidad del output o calidad del servicio prestado como resultado final.
Eiglier y Langeard (1989)	2) La calidad de los elementos de la "Servucción" o la calidad de los elementos que intervienen en el proceso de fabricación del servicio 3) La calidad del proceso de prestación del servicio
Parasuraman, Zeithaml y Berry (1991)	1) Elementos tangibles 2) Fiabilidad 3) Capacidad de respuesta 4) Seguridad (Agrupa a las anteriores dimensiones denominadas como profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad) 5) Empatía (Agrupa a los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario)

Fuente: Cristóbal (2002)

2.3 Fundamentos teóricos de la satisfacción del cliente

Los autores proponen diversas definiciones a lo largo del tiempo sobre la satisfacción del cliente. Cuando Cardozo (1985); empieza a investigar estos conceptos y, tras muchas décadas de investigaciones, no hay una definición de conceptos consensuados, por ello las muchas definiciones se caracterizan por ser diferentes. En la investigación realizada por Giese y Gote (2000); se menciona la dificultad de los investigadores que han estudiado la satisfacción para justificar la definición elegida.

Muchos autores defienden su posición en la conceptualización de la satisfacción. Donde el primer autor defiende la unidimensionalidad en el que Oliver, Rust y Varki, menciona que la satisfacción es una variable bipolar constituida por satisfacción e insatisfacción, contrarias la una con la otra y formadas por medio de los mismos mecanismos, donde la postura es la que ha generado mayor aceptación entre los investigadores.

El segundo autor expone como la aproximación de ambos, satisfacción e insatisfacción, donde mencionan que son unipolares y el proceso de formación se comporta de diferente manera, según refiere, Mano y Oliver (1990).

Por otro lado, Bleuel (1990) define como una postura como un punto medio; denominado punto de indecisión que separa como opuestos de un mismo punto, cuyo extremo estaría la insatisfacción de uno y la satisfacción de otro lado.

Podemos decir que la satisfacción es uno de los constructos más estudiados en la literatura de marketing según Fournier y Mick (1992); Szymnasky y Henard (2001). De hecho, según Petterson y Wilson (1992); existen publicaciones en las dos últimas décadas más de 15.000 artículos sobre satisfacción/ insatisfacción del consumidor. Mediante la revisión de estos artículos se encuentra una elevada variabilidad en la definición y en la delimitación del dominio conceptual de la satisfacción, lo cual limita considerablemente la investigación.

Giese y Gote (2000), refieren sobre las discrepancias observadas y las cuales se centran fundamentalmente en tres aspectos: (1) la naturaleza de la respuesta o estado de la satisfacción, (2) los elementos o mecanismos que intervienen en la formación de la satisfacción, y (3) la etapa del proceso de compra o consumo en el que está teniendo lugar.

Así, mismo Giese & Cote (2000) con el fin de resolver la controversia producida por el efecto conjunto de los tres factores señalados conceptualizan la satisfacción como: una respuesta afectiva y de intensidad variable, definido en aspectos concretos del consumo y,

que tiene lugar en el momento donde el individuo hace la evaluación del objeto. Citada en la investigación de Elisa Alén González, Andrés Mazaira Castro, José Antonio & Fraiz Brea (2000).

2.3.1 Similitudes y diferencias entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes

Desde la literatura de Patterson y Johnson, la calidad percibida es la que presenta límites menos claros respecto al concepto de satisfacción, donde ambas refieren a un proceso de evaluación donde el cliente compara la experiencia del servicio con determinadas expectativas expuestas, de modo que ambas tienen igual hecho, lo que consideran el punto de vista central en los clientes, la valoración de los servicios que presta una organización. Esta confusión de conceptos es especialmente acelerada cuando se define la calidad como la satisfacción de las expectativas de clientes, y que se hace operativa a través del concepto de la no confirmación. Pero los investigadores han logrado diferenciar a la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor, incluso cuando usaban el concepto para medir las percepciones de la calidad de servicio según – Bitner (1990); Carman (1990); Parasuraman, Zeithaml (1988.1990), y Bolton, Drew (1991) Elisa Alén González, Andrés Mazaira Castro, José Antonio Fraiz Brea (2000).

Patterson y Johnson (1993); instituyen una comparación detallada entre los dos constructos. Basada en la revisión de ambas literaturas realizada por los autores, a continuación, se exponen las principales diferencias y similitudes de la calidad de servicio y la satisfacción. La satisfacción del usuario, contiene componentes afectivos como cognitivos y representa una evaluación de parte del consumidor respecto a una transacción específica y a una experiencia de consumo. Lo que se vuelve un trabajo global hacia el servicio.

La calidad del servicio es percibido como un juicio más global y duradero, a través de diversos encuentros de servicio y es similar a una actitud general de la empresa. De modo

que, la calidad de servicio es vinculado a largo plazo, mientras la satisfacción es asociada a un juicio transitorio, por lo que susceptible de ser cambiada a cada transacción. Según (Cronin y Taylor (1992), Bitner (1993); Reeves y Bednar (1994); Bolton, Drew (1991); y Carman (1990). Citada en la investigación de Elisa Alén González, Andrés Mazaira Castro, José Antonio Fraiz Brea (2000).

2.4 Bases teóricas

2.4.1 Calidad de servicio

Calidad de servicio es una acción producida al realizar una actividad de desempeño, en el que una parte ofrecer a la otra. El cual es de índole intangible reflejada como el juicio que realiza el consumidor sobre el servicio prestado. Propia del investigador (2017).

Se define calidad como: propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permitan el juzgamiento de su valor, buena calidad, superioridad o excelencia, Ajuste de un producto o servicio a las características requeridas, según lo refiere el Diccionario Real Academia Española (2014).

Se define servicio como: Acción o efecto de servir, Según el Diccionario Real Academia Española (2014).

Por otro lado, Cantú (2011) “menciona que: un servicio es la actividad o conjunto de actividades de naturaleza en su mayoría siempre es intangible que se realiza mediante el intercambio entre el cliente y el empleado y/o las instalaciones de servicio, con la finalidad de satisfacer una necesidad o un deseo en el usuario”.

Así mismo Angulo (1991) menciona que la calidad de servicio es: la apreciación que tiene el cliente en lo que corresponde al desempeño y las expectativas, relacionándolos con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos, del producto o servicio.

Igualmente, Zeithaml, Valarie. A. Parasuraman, A. Berry, Leonard L. (1992). Define la calidad de servicio como un “conceptualización del consumidor sobre la excelencia/superioridad de un producto o servicio”.

Hubber, (1995) describe como la “opinión global del consumidor sobre lo referente a la superioridad o inferioridad de la organización y sus servicios”.

Por otro lado, Serrano (2012); define la calidad como una característica objetiva medible, según estándares, así como subjetiva que expresa el grado de satisfacción de los clientes con el producto o servicio en función a expectativas, experiencias, valoración y percepciones de desempeño.

El Departamento de formación y calidad de Alicante (2011); hace referencia de la calidad en la administración pública, que es la capacidad de una entidad pública para prestar servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los ciudadanos, al menor coste posible.

2.4.2 Clasificación de los servicios

Las características fundamentales de los servicios básicamente son:

Intangibilidad. El servicio es esencialmente inmaterial y, no existe una clara transferencia de posición y propiedad. Según cita Carlos González Menorca, Leonor González Menorca, Emma Juaneda Ayensa y Jorge Pelegrin Borondo (2014) no son objetos, Más bien son resultados. Lo que significa que hay servicios que no pueden ser verificados por un consumidor antes de su compra para asegurarse su calidad, mucho menos se pueden dar las especificaciones de calidad que son propias de los bienes. Por lo que, debido a su carácter no renovable, una empresa de servicios puede tener dificultades para comprender del cómo perciben los clientes la calidad de los servicios que se presta (Zeithaml, 1981).

Inseparabilidad. La producción y el consumo de muchos servicios se realizan de forma simultánea, lo que imposibilita su almacenamiento y, con ello podemos gestionar un nivel

de stock que facilitase, si hay cambios, la satisfacción de las demandas sin modificar la capacidad. En servicios menores del capital humano, en su mayoría tiene lugar a una interacción entre el cliente y la persona del contacto de la empresa de servicios. Lo que afecta de manera considerable la calidad y la evaluación. Citada en la investigación Carlos González Menorca, Leonor González Menorca, Emma Juaneda Ayensa y Jorge Pelegrin Borondo (2014).

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), estas características de los servicios implican cuatro consecuencias importantes en el estudio de la calidad del servicio:

- La calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la de los bienes.
- La naturaleza de los servicios conlleva a una mayor variedad de su calidad y en consecuencia a un riesgo percibido de parte del cliente del más alto que en el caso de la mayoría de bienes.
- La valoración de la calidad del servicio por parte del usuario, tiene lugar en la comparación entre expectativas y resultados.
- Una evaluación de la calidad son referencia tanto en los resultados como en los procesos de prestación de servicios.

Heterogeneidad. Tal y como se ha señalado, una de las maneras de favorecer la tangibilidad de los servicios se produce mediante la estandarización de determinados elementos, pero en estos casos la intervención del cliente dota de subjetividad a la prestación y, por lo tanto, se produce una gran diversidad. Además, las personas somos distintas a lo largo del tiempo. Así, aunque así se estandarizan los servicios, siempre estarán sujetos a cierta heterogeneidad debido a la diversidad de comportamiento humano.

Caducidad. La extensión del servicio se produce en el mismo acto de finalización de su proceso de prestación, por lo tanto, no tiene fecha de límite para su consumo vence al

ser percibido. Como se describe en la investigación de Carlos Gonzáles Menorca, Leonor Gonzáles Menorca, Emma Juaneda Ayensa y Jorge Pelegrin Borondo (2014).

Por lo habitual, los únicos criterios válidos lo establecen los clientes ya que los mismos definen la calidad en función a las expectativas y las percepciones que tiene el usuario.

2.4.3 Calidad en las organizaciones de servicios

En la investigación de Gonzales, Miranda; Chamorro, Rubio y Lacoba (2007) mencionan que para el usuario es más difícil evaluar la calidad de los servicios que de los productos tangibles; posiblemente los criterios que se plantea para evaluar la calidad de un servicio, sea más difícil de comprender. Los usuarios no hacen una evaluación de resultado final que recibe, sino también toman nota del proceso de recepción del servicio. Para ello, en la valoración de la calidad de servicio, son los criterios que realmente sobresalen las mismas establecidas por los usuarios.

Así, la calidad de servicio está dirigido a que las expectativas de los clientes igualen o sobrepasen sus expectativas del servicio. De modo que la definición de calidad de servicio del usuario, responde a las expectativas de los clientes, donde se satisface necesidades y requerimientos. Esta definición tiene una clara orientación al cliente, pero, que sea el cliente el que decida que es de buena o mala calidad, no siempre significa que siempre tenga la razón, ni que pueda siempre expresar sus necesidades y deseos, lo que supone un grave problema a la hora de medir la calidad.

Contemplando una visión subjetiva, se define la calidad percibido por un consumidor como la valoración que hace éste hace de la excelencia a la superioridad del servicio.

2.4.4 Modelos de la calidad de servicio

Para tener una visión completa y terminar de entender la calidad de servicio es necesario conocer los distintos modelos teóricos basados es ese constructo.

Las dos escuelas o modelos de la calidad de servicio más representativas las cuales están fundadas en los modelos norte europeo o nórdico, por un lado, y en el otro lado el

norteamericano, refiere Colmenares y Saavedra (2005) y Oliva (2005). En el cual estos dos modelos reafirman en los trabajos realizados por los autores como: Grönroos (1984); Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985-1988); respectivamente.

Escuela norte europea o nórdicas de calidad de servicio: Encabezada por los trabajos de Grönroos (1978, 1982,1984) citados por Cesar Ruiz y Alejos Gómez (2015). Refieren que la interacción social como los aspectos físicos del servicio tiene relación en la gestión. Grönroos, define que está considerado como el primero en tomar la calidad de servicio desde el punto de vista que los usuarios lo tomen de un modelo tridimensional. Autores que se concentrado principalmente en la definición de la calidad de servicio sin buscar evidencias empíricas que lo soporten; por esta razón no es aplicada por los investigadores concluyen, Colmenares y Saavedra (2007).

Tabla 5

Escuela nórdica de calidad de servicio

Escuela norteeuropea o nórdica	
Modelos de calidad de servicio o de Imagen	Grönroos (1984)
Modelo de calidad	Grönroos y Gummerson (1994)
La oferta de servicios incrementada	Grönroos (1984)
Modelo de "Servucción"	Eiglier y Laneard (1994)
Modelo de los tres componentes	Rust y Oliver (1994)

Escuela norteamericana: Este modelo se llevó a Estados Unidos donde también se desarrolló la escuela norteamericana, liderada por Parasuraman (1985, 1988). Estos autores tomaron su teoría de la calidad de servicio desde un punto de vista del cliente donde crea una perspectiva previa al servicio que va a recibir a partir de experiencias anteriores, comunicaciones o bien de su propia necesidad. Según cita Gómez (2015).

Tabla 6

Escuela norteamericana.

Escuela norteamericana	
Modelo SERVQUAL	Parasuraman et al. (1985)
Modelo Ampliado de Calidad de Servicio	Zeithaml et al. (1988)
Modelo SEVPERF	Cronin y Taylor (1992)
Modelo Jerárquico Multidimensional	Brady y Cronin (2001)
Modelo de Calidad de servicio de Bolton y Drew	Bolton y Drew (1991)
Modelo de calidad de servicio de Bitner	Bitner (1990)

A continuación, expondremos el modelo Servqual el mismo que se utilizara para el desarrollo de la presente investigación que constituye como herramienta para medir la calidad de servicio y satisfacción de los servicios de la Municipalidad Provincial de Sandia, y la percepción del mismo.

2.4.5 Modelo Servqual (Service Quality)

Este modelo, aplicada en la investigación, también conocido como el Modelo de la deficiencia o modelo de los cinco gaps de Parasuraman (1985); es el mayor reconocimiento y dominio que ha tenido en comparación con el resto de investigaciones, citado por (Gómez, 2015). El objeto principal e inicial fue la de identificar el motivo del fracaso en las políticas de calidad desarrollados en algunos servicios prestados. Por lo que se llevaron a cabo evaluaciones principalmente a los consumidores, y en ella se han incluido directivos de esos servicios. Los resultados de este trabajo se obtuvieron una serie de factores responsables en las políticas de calidad aplicadas. Después de este análisis de estos factores se plantearon soluciones con criterios en el aumento de la mejora de la percepción de la calidad por parte de los usuarios. Y como consecuencia del estudio surge este modelo de cinco desajustes, las mismas que han sido identificadas por los autores y, como el origen de la deficiencia en la calidad de servicio.

Estos autores conceptualizaron el modelo como “las deficiencias o discrepancias que hay entre las percepciones de los usuarios referidos a la calidad de servicio ejecutivos y las tareas relacionadas con el servicio que presta a los consumidores. Estos conceptos son los factores que afectan a que no se pueden identificar un servicio que sea percibido por los clientes como de alta calidad”; describe Parasuraman (1985. Pg. 44).

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993); definieron las discrepancias, deficiencias o Gaps del modelo.

A continuación, se presentan las cinco discrepancias brechas o que proponen los autores.

- **Gap 1:** Existen discrepancias entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos: en la mayoría de las veces los directivos desconocen las necesidades verdaderas de los usuarios, además de los deseos y el rendimiento que estaría esperando de los servicios prestados.
- **Gap 2:** Existen discrepancias entre las percepciones en los directivos y las especificaciones de calidad: muchas de las veces lo directivos cambian las expectativas y/o necesidades de los usuarios en normas como estándar para la prestación de un servicio, en este caso es necesario hacer un análisis continuó a los usuarios para identificar las necesidades.
- **Gap 3:** Existen discrepancias entre las especificaciones de la calidad de servicio, específicamente referido a la incapacidad de la empresa en cumplir y ejecutar las propias normas, además de las guías en beneficio del cumplimiento del beneficio de los clientes.
- **Gap 4:** Existen discrepancias entre la prestación de servicios y la comunicación externa: se da cuando las propuestas no son comunicadas por la empresa.

- **Gap 5:** existen discrepancias entre las expectativas del consumidor y la calidad de servicio prestado hacia la comunidad.

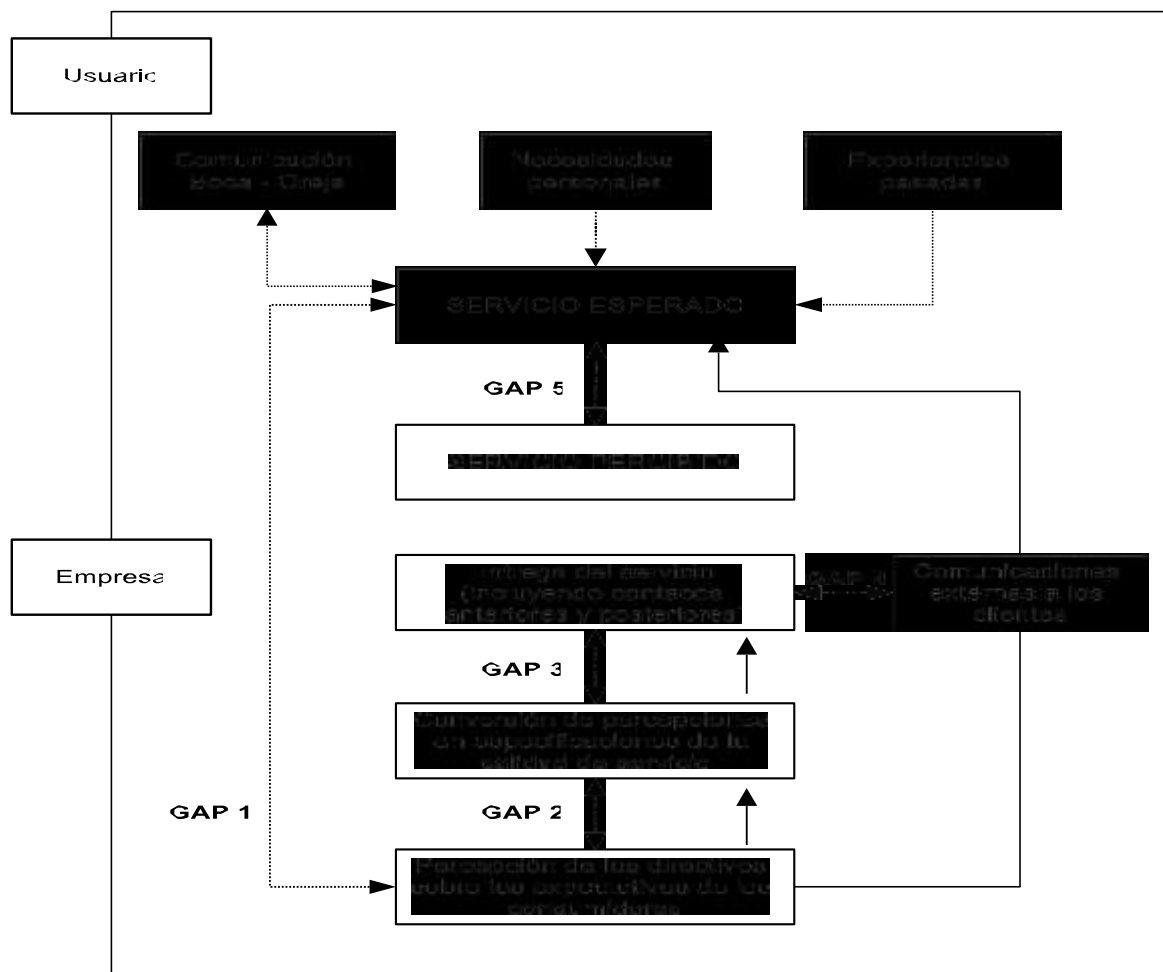
Para los autores el último desajuste (GAP5) es el único patrón de la calidad de servicio y que se produce como consecuencia de las desviaciones de los anteriores.

$$GAP5 = f(GAP1, GAP2, GAP3, GAP4)$$

Los investigadores concluyen que para conseguir la reducción del GAP5; es necesario las deficiencias del 1 a la 4, y conseguir conservar en el nivel bajo posible, según se muestra en el siguiente diagrama.

Figura N° 1

Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research.



Fuente: Parasuraman, A., Zeithmal, V. a. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41 - 50

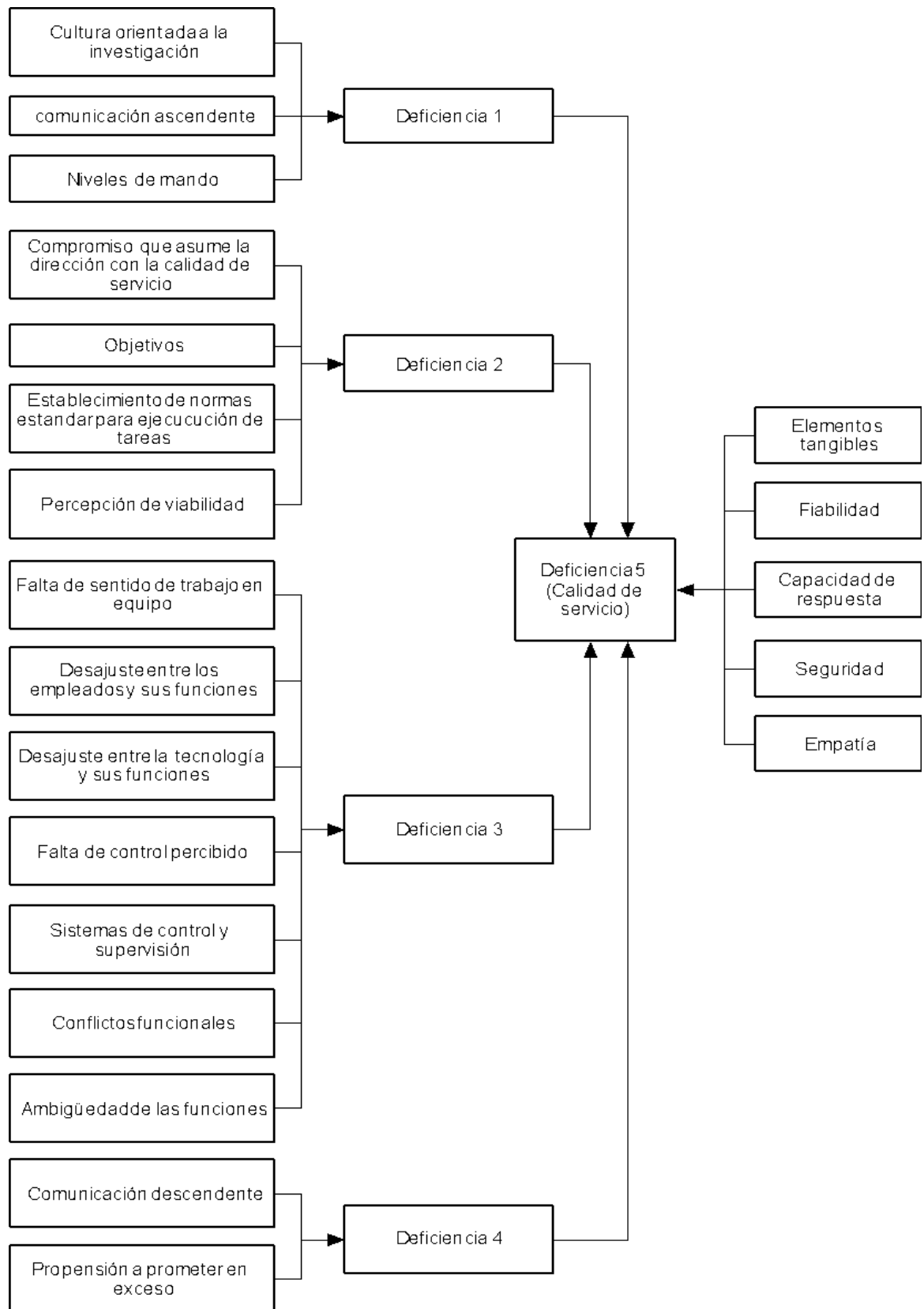
Tras identificar y definir los GAPS o llamado también; faltas que causan el servicio pésimo de calidad, Parasuraman (1993) citado por Gómez (2015) los autores de este modelo de estudio, han identificado las causa y razones que han permitido establecer estrategias para entregar de mayor calidad.

2.4.6 Modelo ampliado de la calidad de servicio de Parasuraman Zeithmal y Berry.

El mejoramiento del modelo ampliado presentado con anterioridad por Parasuramán (1988), los investigadores han propuesto un nuevo modelo ampliado con reajustes. Para ello, los autores estudiaron varios factores con vínculos en la organización y la relación que tiene esta con las discrepancias o diferencias entre las expectativas de los clientes además de las percepciones en la calidad de servicio (GAP), esto es el resultado de las 4 GAP que hay en la organización. Los usuarios tienen expectativas y percepciones del GAP en las 5 dimensiones y se observa en el siguiente diagrama:

Figura N° 2

Modelo ampliado de la calidad de servicio



Tras detectar y definir los GAPS o deficientes causantes del servicio de no calidad, Parasuraman et al. (1993) estudiaron los motivos y las razones que se permitió establecer estrategias, donde se ofrezca servicios de mejor calidad.

Las cinco brechas o deficiencias que se han mencionado han permitido establecer los puntos donde se ha fallado con la organización, tanto en la seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad los elementos tangibles, además han permitido que la organización haya tomado medidas para corregir y eliminar las diferencias y por ende el aumento de la calidad de servicio en la publicidad de las empresas.

2.4.7 Dimensiones de la calidad de servicio de Parasuraman, Zeithmal y Berry de 1988

Cada organización debe elegir aquellos métodos de medición que resulten más apropiados atendiendo criterios de tiempo, de coste oportunidad, facilidad, etc. La mayoría de estos métodos precisan de información adecuada y real, que casi en la totalidad procede de los clientes. A continuación, nos detendremos en el modelo subjetivo más utilizado para medir la calidad de servicio.

Desde de 1988; los docentes Parasuraman, Zeithaml y Berry quienes han desarrollan barrios estudios cuantitativos y cualitativos que han dado génesis a la escala SERVQUAL. Esta escala mide la calidad de servicio a través de las diferencias que existen en las expectativas de los clientes y las percepciones. Para ello han evaluado la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente. Si el valor de la percepción iguala o supera el de las expectativas, el servicio es estimado de buena calidad, por otro lado, si el valor de las percepciones es mínimo al de las expectativas se dice que el servicio muestra deficiencias de calidad.

- Propusieron como dimensiones subyacentes integrales del constructo “calidad de servicio” como:

- **Los elementos tangibles:** se define como el aspecto físico; espacios físicos, como es la infraestructura, los equipos, los materiales y personal.
- **La fiabilidad:** Se define como la destreza para la realización del servicio prometido de manera probo y escrupulosa, de manera que es la destreza de prestar servicio de forma puntual.
- **La capacidad de respuesta:** Es la práctica para ayudar a los clientes y facilitar un servicio rápido y conveniente. referido a la solicitud y premura al tratar los pedidos, contestar preguntas y denuncias de los clientes, y corregir problemas.
- **La seguridad:** Referido a la atención de los empleados y sus destrezas para difundir credibilidad y confianza.
- **La Empatía:** Referido a acción de atención de manera individual, que entrega la empresa a sus clientes. La misma que es transmitido a través del servicio adecuado y exacto para el cliente.

Por consiguiente, a continuación, mencionamos el instrumento de la calidad de servicio el mismo que permitirá conocer la situación actual de los servicios públicos de la Municipalidad Provincial de sandía. Por ello es importante conocer la opinión de los usuarios (beneficiarios).

Así mismo Parasuraman y otros (1988) plantean una escala de medida Servqual revisado, el mismo consta de 05 dimensiones (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) y 22 declaraciones.

Lo investigadores de la escala de medida Servqual revisado indican que conviene proceder a una adaptación apropiada cuando se trate de estudiar una categoría única de servicio.

2.4.8 Variable asociada: Satisfacción del cliente.

Se define la satisfacción percibido es una respuesta emocional ante la experiencia o intercambio entre el empleado y el cliente; en el momento de la prestación del servicio, tangible o intangible en una organización.

Así mismo Philip Kotler (2003) define a la satisfacción del cliente: como el estado de ánimo de una persona cuyo resultado en la comparación del rendimiento percibido del producto y servicios con sus expectativas.

Por otro lado, Vavra T. G. (2002) define la satisfacción del cliente, como el agrado que experimenta el cliente después de haber consumido un determinado producto o servicio.

Fernández & Campiña (2015) define como el logro la plena satisfacción del cliente, como un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por lo tanto el mercado que se ha propuesto. Por ello el objetivo es mantener “satisfecho a cada cliente” lo que ha atravesado los límites del departamento de marketing para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.).

Resulta de mucha importancia que los expertos de Marketing, así como todas las personas que trabajan en una empresa, son de vital importancia los beneficios y logros de satisfacción del cliente. Como definición, referente a los niveles de satisfacción, la manera de las expectativas sobre los clientes y el concepto del rendimiento percibido, para que de esta forma estén mejor capacitados y ayuden con las tareas para el logro de la satisfacción del cliente.

2.4.9 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Se sabe que hay beneficios en toda organización o empresa con las que obtiene la satisfacción del cliente, los que pueden ser consolidados en 3 grandes beneficios que dan una idea acerca de la importancia para el logro de la satisfacción del cliente.

Primer beneficio: El cliente está satisfecho, en su mayoría compra de nuevo. Por lo tanto, la empresa consigue la lealtad del cliente y, por lo tanto, la probabilidad de vender los mismos u otros productos en un futuro.

Segundo beneficio: El cliente está satisfecho, en su mayoría el cliente realiza el efecto multiplicador mediante la comunicación de la experiencia positiva del servicio o producto. Por lo tanto, la empresa u organización tiene altas probabilidades en la difusión de manera gratuita de la satisfacción en la familia, amigos y conocidos.

Tercer beneficio: El cliente está satisfecho y renuncia a la competencia. Por tanto, la empresa gana como beneficio un determinado lugar en el mercado.

En conclusión, toda empresa u organización que alcance la satisfacción del cliente obtendrá mayores beneficios:

- La lealtad del cliente (que se convierte en futuras ventas)
- Propagación gratuita (los que se convierten en nuevos clientes)
- Una rotunda participación en el mercado.

2.4.10 Técnicas de control y medición

Elementos que conforman la satisfacción del cliente:

Como se puede observar en los anteriores párrafos, sobre las definiciones de la satisfacción del cliente, la misma está conformada por 03 elementos.

2.4.11 El rendimiento percibido:

Se refiere al resultado donde el cliente piensa haber obtenido después de haber comprado o adquirido el servicio o producto.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se obtiene desde el punto de vista del cliente, mas no de la empresa u organización.

- Se basa en las consecuencias, donde el cliente obtiene con la compra del producto o servicio.
- Está fundado en las percepciones del cliente, no necesariamente es un aspecto de la realidad.
- Sufre el recuerdo de las opiniones de las demás personas que influyen en el cliente.

Además, el rendimiento percibido es atendido como, el grado donde el servicio o bien efectúa con su cometido. No necesariamente, el efecto del rendimiento resulta dificultoso de subrayar en algunos escenarios, como ocurre en la enseñanza que su subyace en los productos nuevos. Es cierto también que un nuevo servicio o bien tiene buenos resultados, los clientes se sienta satisfechos, con libertad del grado en que se ratifiquen sus expectativas (Tse y Wilton) 1988. Muchas evaluaciones empíricas vienen a comprobar lo idóneo del rendimiento percibido en el modelo de la confirmación de expectativas (Patterson, Johnson y Spreng, 1997), los que incluyen en la satisfacción a través de 02 vías. En el primero, la confirmación de expectativas media entre el rendimiento percibido y la satisfacción. En el segundo, se implementa una relación inmediata entre rendimiento y satisfacción, por lo que el resultado que los clientes obtienen durante el consumo tiene el mismo efecto adicional que va más allá de la confirmación de expectativas.

2.4.12 Las expectativas

La expectativa se define como la esperanza o posibilidad de conseguir algo. Según el Diccionario Real Academia Española (2014)

Por otro lado, Retolaza y Grandes. (2003); refieren como el sentimiento de realización que se experimenta cuando la persona se propone alcanzar una meta. Si la expectativa se realiza habrá satisfacción, si no se realiza habrá frustración. Citada por José Antonio Arjona Muñoz (2012).

Se refiere a las expectativas de las “esperanzas” que el cliente tiene por obtener algo. Las expectativas del cliente se generan por el efecto de una o más de estos escenarios.

- Promesa que hace la empresa u organización acerca de los beneficios que ofrece el producto o servicio.
- Experiencias de compras o servicios anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (por ejemplo, personajes famosos).
- Compromisos que ofrecen los competidores.

En la parte que depende de la empresa, esta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraen suficientes clientes; pero si las expectativas son muy altas, los clientes se considerarán decepcionados luego de la compra.

Un detalle muy importante sobre este caso es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre representara una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos de los juicios, es la consecuencia de un incremento de las expectativas del cliente, caso que es atribuible a las acciones del marketing (en específico de la publicidad y las ventas personales).

De modo que es de suma importancia demostrar “regularmente” las “expectativas” en los clientes para establecer lo siguiente.

- Si encuentran dentro de lo que la empresa puede suministrarles.
- Si están en paralelo, por debajo o encima de las expectativas que crea la competencia.
- Si concuerdan con lo que el cliente media espera para animarse a comprar.

Por otro lado, en la investigación realiza el termino expectativa ha sido utilizado en los distintos contextos teóricos. De acuerdo a Navas (1990), el término expectativa se usó por primera vez en el análisis motivacional de la conducta hecho por teóricos como tales como Edward Tolman y Kurl Lewin.

A través de la literatura se describen las expectativas como: la anticipación de un evento o consecuencia futura define Escoriza (1985).

Las expectativas que presenta el usuario, tienen que ver con lo que esperan recibir como servicio. De modo que, si aceptamos la existencia de una calidad técnica y una asociada a los elementos tangibles o del proceso de prestación, se puede hablar de expectativas tangibles y de expectativas intangibles, refiere Marzo y Cols (2002).

Así también, es posible establecer una distinción entre las expectativas cognitivas y las expectativas afectivas, la primera tendría un carácter más general asociada a las creencias anticipatorias del servicio y su calidad. Mientras la segunda, estarían directamente asociadas a la experiencia afectiva y su confirmación, que conlleva al sentimiento de satisfacción o insatisfacción, citada en la investigación (Montecinos, 2006).

Finalmente, para Zeithalm, Parasuraman y Berry las expectativas como referentes comparativas estarían asociadas a una zona de tolerancia en un rango de nivel deseado a nivel adecuado.

2.4.13 Los niveles de satisfacción

Se genera luego de ejecutada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes perciben uno de estos tres niveles de satisfacción

- Insatisfacción: se origina cuando el resultado percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: se produce cuando el resultado percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Satisfacción total: se produce cuando el resultado percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, se alcanza a conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: el cliente insatisfecho cambiara de marca

o proveedor de forma contigua (deslealtad establecida por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero tan solo hasta que encuentre otro que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente que ha quedado satisfecho en su totalidad siempre será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional); refiere Philip Kotler (2003).

Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente

Los cuáles serán aplicados en la investigación planteada obteniendo el rendimiento percibido del servicio ofrecido menos las expectativas del cliente antes de prestar el servicio, procediendo a la obtención de resultados o mismos que reflejarán insatisfechos, satisfechos o una satisfacción total de los servicios prestados en la institución municipal.

Hasta qué punto una empresa debe invertir para lograr la satisfacción de sus clientes.

$$\text{Rendimiento percibido} - \text{Expectativas} = \text{Nivel de satisfacción}$$

Esta pregunta es muy habitual, porque en varias ocasiones los responsables de marketing han incrementado los niveles de satisfacción de los clientes reduciendo precios o incrementando servicios. Ambas situaciones pueden mejorar los índices de satisfacción, pero a costa de disminuir los recursos.

2.4.14 Diferencias entre los servicios públicos y los servicios privados

El debate en torno a las diferencias en la naturaleza de organismos públicos y privados, así como a sus consecuencias tanto en la gestión de los mismos como en el posicionamiento de los usuarios hacia ellos viene de antiguo. Ya en los años setenta y ochenta nos encontramos con la disputa de si existe un límite o frontera que separa lo público de lo privado y, de ser así, quién debe fijarla, el derecho público o la teoría económica (Murray, 1975: 364; Weinberg, 1983; Moe, 1987: 453; Bozeman, 1988: 672; Moe 1988: 674; Chandler, 1991: 386). Hoy día, las teorías de la gobernanza, sobre todo en el mundo de ascendencia anglosajona, abogan por que las distinciones existentes entre ambos sectores se han reducido. Así, cada vez cabe menos el plantearse grandes

diferencias a la hora de gestionar, sea organismos públicos o empresas privadas, puesto que todas ofrecen servicios destinados a consumidores o beneficiarios. No obstante, el ámbito público sigue presentando determinadas especificidades, las cuales deben ser tenidas en cuenta a la hora de diseñar una herramienta metodológica y analizar los resultados obtenidos; en la investigación.

Según Dinsdale y Marson, preguntar a los usuarios de cara a la obtención de datos para la mejora de la prestación de los servicios tanto públicos como privados constituye una tarea absolutamente necesaria. El problema surge al comparar los resultados obtenidos en ambos. Ello es así porque habitualmente las encuestas realizadas a usuarios muestran que la satisfacción con los servicios prestados por empresas privadas es mayor que la obtenida cuando el servicio es público. Sin embargo, tal hecho puede deberse a que las comparaciones no tengan en cuenta las diferencias entre ambos sectores. Esto no quiere decir que los dos ámbitos no sean comparables, sino que existen ciertos aspectos a tener en cuenta (Dinsdale y Marsón, 1999).

En principio, los sectores en los que se involucra el estado son aquellos que no pueden funcionar en su ausencia porque en ellos intervienen cuestiones de seguridad y confianza. Asimismo, en el sector privado los servicios se orientan al cliente, que voluntariamente decide su adquisición, mientras que en el público se orientan tanto al receptor-beneficiario como a la sociedad en su conjunto. Ello se deriva del hecho de que, en los servicios públicos, los usuarios son ciudadanos y, por tanto, poseedores de ciertos derechos y libertades, mientras que en los privados sólo son clientes y la transacción se encuadrada en un contrato privado (Dinsdale y Marson, 1999). Para una empresa privada basta con que el cliente se sienta satisfecho, mientras que un organismo público no busca tanto esa evaluación emocional y cognitiva que constituye la satisfacción, sino conseguir cumplir con las necesidades del propio individuo y de la sociedad a la que pertenece. En ese sentido, el objetivo de una empresa se dirige al beneficio económico, mientras que a las

administraciones públicas se les atribuye la búsqueda del bienestar social. Según refiere Chandler (1991:386).

Muy relacionado con esta distinción aparece la de que los usuarios de servicios privados eligen ser clientes de la empresa, mientras que en el sector público los usuarios a veces lo son, incluso, de forma involuntaria (Dinsdale y Marson, 1999), lo cual determina que la evaluación que hagan del mismo sea más o menos positiva. En este sentido, en los servicios prestados por entes públicos existen tres categorías de receptores de servicios: “customer”, “cliente” y “cautivo”; refiere (Brown, 2007). La de “customer” se caracteriza por que el receptor del servicio accede voluntariamente a él, pudiendo hacerlo o no, o eligiendo una opción análoga en el sector privado. La del “cliente” se da cuando la capacidad de elección del individuo existe, pero es muy limitada. Y la del “cautivo” representa el estatus del individuo que accede al servicio en contra de su propia voluntad, como puede ocurrir en el caso de las sanciones de tráfico menciona Carreras y González (2013). Según un interesante estudio llevado a cabo en Ohio, Estados Unidos, los usuarios tienden a mostrar mayores niveles de satisfacción con los servicios cuando son “customers” que cuando son “cautivos”. Además, el trato positivo dado por los empleados hace aumentar mucho la satisfacción de los receptores cuando son “customers”, lo cual no ocurre cuando estos son “cautivos” para Brown (2007); las cuales se mencionan en la tesis de Manuel, (2014).

Finalmente, existe una última distinción que debe tenerse en cuenta a la hora de comparar el sector público con el privado. Ésta tiene que ver con las cuestiones culturales que inciden en la valoración de los servicios públicos por parte de los usuarios. En este sentido, cuando se estudia el ámbito público es necesario ser consciente de que existen prejuicios hacia los políticos, funcionarios o la propia Administración, que no operan cuando se trata de evaluar el desempeño de una compañía privada, Dinsdale y Marson (1999), por otro lado, tienden a generar una peor valoración del sector público, describe Manuel (2014).

2.5 Gobierno Local en estudio

La Municipalidad Provincial de Sandia, es el órgano de Gobierno Local Provincial que emana de la voluntad popular, conforme a la Ley Electoral correspondiente.

Tiene personería jurídica de derecho público y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines, con autonomía económica y administrativa en asuntos de su competencia, aplicando las leyes y disposiciones que de manera general y de conformidad con la Constitución Política del Perú regulan las actividades y funcionamiento del sector público nacional.

2.5.1 Finalidades

Son fines de la Municipalidad Provincial de Sandia las siguientes:

- Promover, fomentar y conducir el desarrollo socio-económico de la Provincia sobre la base de un Plan de Desarrollo Concertado y una adecuada planificación y priorización de sus metas y objetivos específicos.
- Fomentar el bienestar de los ciudadanos de la provincia, proporcionando servicios públicos locales que satisfagan sus necesidades vitales de desarrollo, de vivienda, salubridad, seguridad, cultura, recreación, transporte y comunicaciones.
- Asegurar la representación política y organizacional de los vecinos en el Gobierno Local, mediante programas de participación comunal y el ejercicio del derecho de petición.

2.5.2 Objetivos

El diseño organizacional y sus respectivos documentos normativos de Gestión son como un sistema continuo de Reforma Municipal, teniendo los siguientes objetivos:

- Realizar la Gestión Municipal en base a una planificación participativa, dotando a la organización de políticas públicas de desarrollo local concertadas con los agentes

sociales y económicos de la comunidad, priorizando la Gestión para un uso más eficaz de los Recursos Públicos.

- Desarrollar una cultura organizacional capaz de reconocer, aceptar y administrar los cambios continuos de la sociedad, dotando a la organización Municipalidad de la capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas de la población.
- Promover nuevos estilos de organización Institucional propiciando un clima de trabajo favorable para la creatividad y la innovación.
- Desarrollar procesos de servicios a las realidades y expectativas de la población, buscando la organización municipal, actividades y proyectos con altos estándares de calidad.
- Ofrecer a la ciudadanía eficiencia en el uso de los recursos públicos, eficacia en el logro de resultados, acciones que se harán en una oportuna rendición de cuentas.

2.5.3 Competencias

La Municipalidad Provincial de Sandia, ejerce los roles y competencias exclusivas y compartidas que le asigna la Constitución Política del Perú, la Ley N° 27972, Orgánica de Municipalidades, la misma que se detallan a continuación:

- “Organización del espacio físico y uso del suelo”.
- “Saneamiento, salubridad y salud”.
- “Transito, vialidad y transporte público”.
- “Educación, cultura, deportes y recreación”.
- “Abastecimiento y comercialización de productos y servicios”.
- “Programas sociales, defensa y promoción de derechos”.
- “Seguridad ciudadana”.
- “Promoción del desarrollo económico local”.

- “Otros servicios públicos”, que establece la Ley Orgánica de Municipalidades.

2.5.4 Estructura organizacional

Los Sistemas Administrativos son los principios, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos mediante los cuales se organizan las actividades de la Administración Pública y que tiene por finalidad asegurar el cumplimiento eficaz de los objetivos de las entidades a través de la utilización eficiente de los medios y recursos humanos logísticos y financieros.

La Estructura Orgánica de la Municipalidad Provincial de Sandia se constituye por los siguientes aspectos jerárquicos.

- Concejo Municipal
- Alcaldía
- Gerencia Municipal
- Oficina
- Unidad y
- Programas Municipales desconcentrados

Para asegurar el cumplimiento de sus fines y competencias, la Municipalidad Provincial de Sandia tiene la Estructura Orgánica siguiente:

A. Órganos de Gobierno:

- Concejo Municipal.
- Alcaldía.

B. Órganos Consultivos de Coordinación y Participación:

- Comisión de regidores.
- Consejo de Coordinación Local Provincial de Sandia

- Junta de Delegados Vecinales
- Plataforma de Defensa Civil grupo de trabajo de la Gestión de Riesgo de Desastres
- Comité Provincial de Seguridad Ciudadana
- Consejo Local Provincial de la Juventud
- Comité de la Administración del Programa Vaso de Leche
- Comisión Ambiental Local Provincial
- Comisión de Igualdad de Género

C. Órganos de Control:

- Oficina de Control Institucional.
- Órgano de Defensa Judicial:
- Procuraduría Pública Municipal.

D. Órgano de Dirección:

- Gerencia Municipal

E. Órganos de Asesoramiento:

- Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Racionalización.

Unidad de Planificación Estratégica y Racionalización.

Unidad de Presupuesto.

Unidad de Tecnología Informática

- Oficina Asesoría Legal.

F. Órganos de Apoyo:

- Oficina de Secretaría General

Unidad de Archivo general.

Unidad de trámite documentario.

- Unidad de Imagen Institucional

Relaciones Públicas

Unidad de Comunicaciones

- Oficina de Administración Tributaria

Unidad de Recaudación y Administración Tributaria

Unidad de fiscalización Tributaria

Unidad de ejecución Coactiva

G. Órganos de Apoyo Ejecutivo

- Oficina General de Administración.

Unidad de Abastecimiento

Unidad de Patrimonio

Unidad de Tesorería

Unidad de Contabilidad

Unidad de Recursos Humanos

H. Órganos de Línea:

- Sub Gerencia de Medio Ambiente

Área Ornato Público y Gestión de Residuos Solidos

Área de Gestión Ambiental y recursos Humanos

Área técnica Municipal en Saneamiento Básico y Salud publica

- Sub Gerencia de Infraestructura y Desarrollo Urbano y Rural.

Área de Infraestructura y Obras

Área de planeamiento Urbano Rural y Catastro

Área de Mantenimiento y Equipo mecánico

Oficina de Estudios de Proyectos de Inversión.

- Sub Gerencia de Desarrollo Económico

Área de Desarrollo Agropecuario

Área de la promoción de la comercialización

Área de la Promoción del Turismo

Área Pymes y Mypes

- Sub Gerencia de Desarrollo Social y Servicios Municipales.

Área de Seguridad Ciudadana

Área de Educación, Cultura y Deporte

Área de participación Vecinal y Organizaciones sociales

Unidad de Registro Civil

Unidad Local de Empadronamiento

Área de Seguridad Vial y Transportes

Área de Programas sociales y Servicios Alimentarios

Programa Vaso de leche y Programa de Complementación Alimentaria

Área de Promoción y Regulación de Control de Comercio

- Oficina de Supervisión y Liquidación de Inversiones

I. Órganos Desconcentrados:

- Programa Instituto Vial Provincial - IVP

- Oficina de Defensa Civil y Centro de operaciones de emergencia
- Oficina de Defensoría de la Mujer, Niño y Adolescente DEMUNA
- Asistencia a Discapacitados (OMAPED).

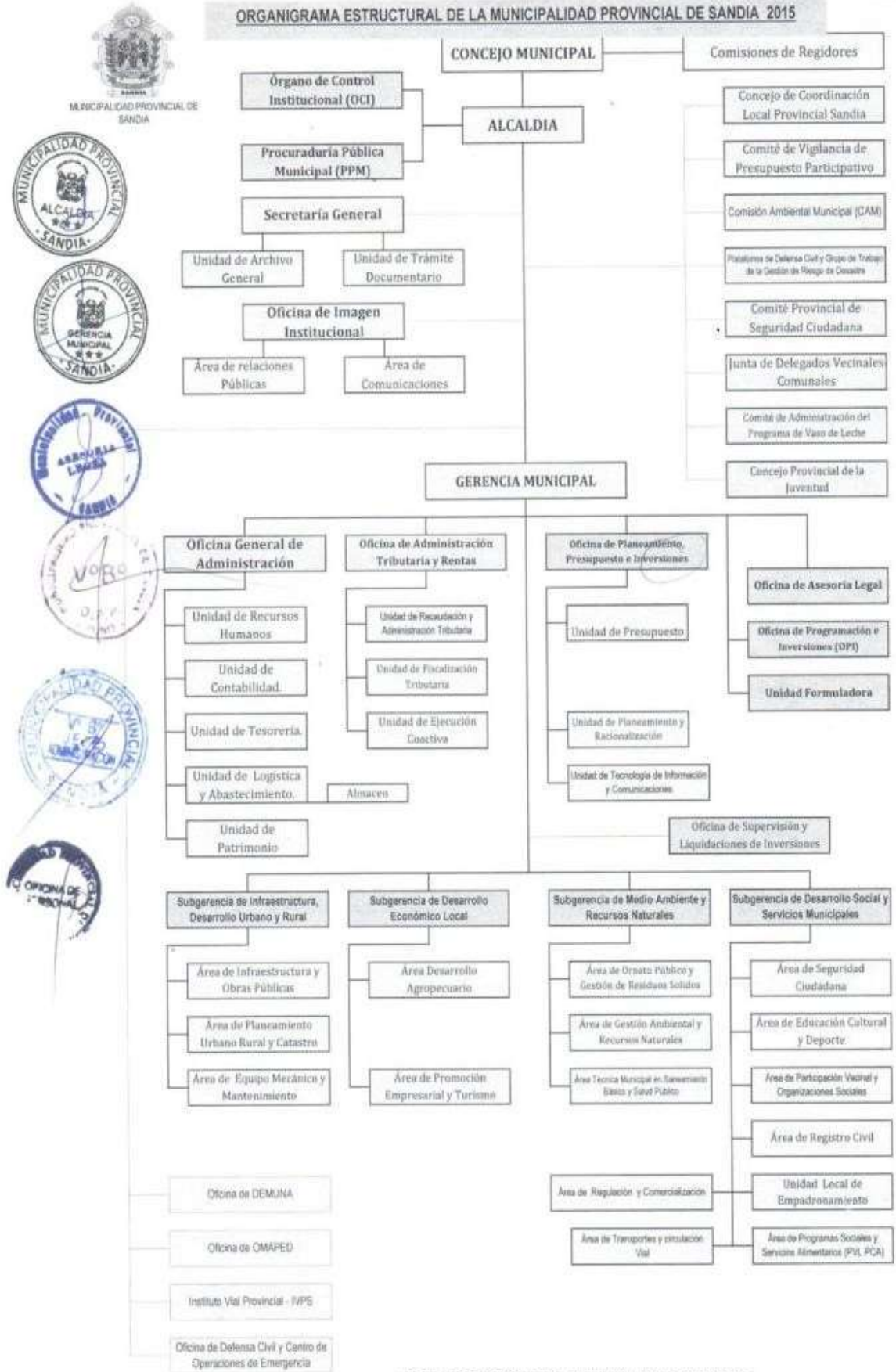
2.5.5 Organigrama Estructural

La unidad de organización en que se dividen los órganos contenidos en la estructura orgánica de la entidad.

Figura N° 3

Organigrama estructural de la Municipalidad provincial de Sandia - 2015

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SANDIA 2015



APROBADO POR ORDENANZA MUNICIPAL N° 024- 2015-CMPS

2.6 Marco conceptual y operación de términos.

2.6.1 Calidad

Angulo (1991) define la calidad de servicio como “la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos, de un producto o servicio”.

2.6.2 Servicio

Diccionario Real Academia Española define el servicio como “Acción y efecto de servir”.

2.6.3 Servicio público

Un servicio público es aquel que brinda el Estado y está destinando primordialmente, a satisfacer las necesidades de los ciudadanos de una comunidad (o sociedad) donde estos se llevan a cabo y sobre la cual, dicho estado gobierna.

2.6.4 Elementos tangibles

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación
Zeithaml, Valarie. A. Parasuraman, A. Berry, Leonard L., (1992).

Para la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas SAC CIBERTEC en el (2007:23);
Los elementos tangibles “Son los aspectos físicos tales como las instalaciones, el personal, la documentación y el material de comunicación que utilizan a primera vista, es la imagen que la empresa proyecta para poder construir lealtad, esta imagen física tiene que exceder las expectativas del cliente”.

2.6.5 Fiabilidad

Destreza para prestar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable. Zeithaml, Valarie. A. Parasuraman, A. Berry, Leonard L. (1992).

Para el Diccionario Real Academia Española es (2014) es la “Cualidad de fiable (seguridad y buenos resultados), probabilidad del buen funcionamiento de algo”.

2.6.6 Capacidad de respuesta

Disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido Zeithaml, Valarie. A. Parasuraman, A. Berry, Leonard L., (1992).

Para Rolando J. (2012); define la capacidad de respuesta como un servicio rápido a los clientes, deseo de ayudar a los clientes y estar listo para responder a las peticiones de los clientes.

2.6.7 Seguridad

Conocimiento y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al cliente. Zeithaml, Valarie. A. Parasuraman, A. Berry, Leonard L. (1992).

2.6.8 Empatía

Atención individualizada que el proveedor del servicio ofrece al cliente Zeithaml, Valarie. A. Parasuraman, A. Berry, Leonard L. (1992).

Rolando J. (2012); define la empatía como proporcionar a los clientes atención personalizada, en donde los empleados tratan a los clientes con el máximo interés comprendiendo las necesidades de los clientes.

2.6.9 Satisfacción

Henry Ford (2004); define la satisfacción del cliente: como “el nivel de momento de ánimo de la persona que resulta de confrontar el rendimiento percibido de un producto y servicio con sus expectativas”.

Así mismo Vavra (2003) define que la satisfacción del cliente es una réplica emocional del cliente ante la evaluación de la diferencia percibido entre la experiencia previa/ expectativas del producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez determinado el contacto con la organización.

2.6.10 El rendimiento percibido:

Se refiere al resultado (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio.

2.6.11 Las expectativas:

Las expectativas son las “esperanzas” que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas situaciones.

2.6.12 Niveles de satisfacción:

Es la sensación luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de estos tres niveles que se manifiesta en insatisfacción, satisfacción y satisfacción total.

2.6.13 Calidad de servicio para la administración pública

Es la capacidad de una entidad pública para prestar servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los ciudadanos, al menor coste posible.; define el Departamento de Formación y Calidad de Alicante (2011);

Capítulo III: Metodología de la investigación

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se ha desarrollado es cuantitativo, es un adjetivo que refiere a la naturaleza numérica de datos y/o resultados, la misma que tiene relación directa con cantidad, por lo tanto, sus variables son siempre medibles. Según refiere Roberto Hernández Sampieri, y Carlos Fernández Collado, María del Pilar Batista Lucio (2014).

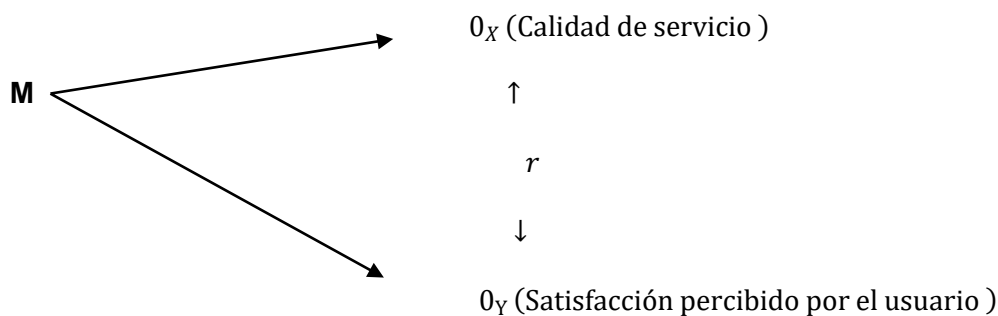
3.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación que se ha desarrollado en el presente estudio es no experimental también llamado observacional, descriptivo y correlacional, porque en el estudio se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural en el que no se constituye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador.

Además, Roberto Hernández Sampieri y Carlos (2014); refiere sobre los diseños transversales correlacionales, que describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras, otras en función a la relación causa – efecto (causales).

Y según la planificación de toma de datos, es prospectivo porque los datos necesarios para el estudio son recogidos a propósito de la investigación (Primarios); por lo que posee control del sesgo de medición, refiere Supo J. (2015).

Diseño de investigación correlacional.



Fuente: Diagrama Hernández (2006).

En donde:

M → Muestra de investigación

0x → Variable 1. (Calidad de servicio)

0y → Variable 2. (Satisfacción de los usuarios)

r → Relación de variables.

La presente investigación tiene las siguientes relaciones

Tabla 7

Relación de variables

X = Calidad de servicio	Y = Satisfacción Percibido
V₁ = Variable de estudio	V₂ = Variable asociada
X ₁ = Elementos tangible	Y ₁ = Satisfacción Percibido por los usuarios
X ₂ = Fiabilidad	Y ₂ = Satisfacción Percibido por los usuarios
X ₃ = Capacidad de respuesta	Y ₃ = Satisfacción Percibido por los usuarios
X ₄ = Seguridad	Y ₄ = Satisfacción Percibido por los usuarios
X ₅ = Empatía	Y ₅ = Satisfacción Percibido por los usuarios

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

La población total de la provincia de Sandia es de 72,552 habitantes al año 2017 (según datos del INEI), de las cuales la población usuaria potencial está constituida por 43,142 habitantes; población mayor de 18 años de edad en la provincia de Sandia, usuarios que reciben los servicios de la Municipalidad Provincial de Sandia. La población actual se ha determinado con la proyección poblacional de los censos de 1997 y 2007, datos que han sido tomados del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), con una tasa de crecimiento en la provincia de Sandia que es del 1.56%, población de usuarios que fueron encuestados en el mes Abril del año 2018.

3.3.2 Muestra

En la actual investigación; la muestra se ha llevado bajo la perspectiva de muestreo probabilístico estratificado, también conocido como muestreo aleatorio simple por estratos, donde todos elementos de la población han tenido las mismas posibilidades de ser elegidos, con parámetros totales del 5% de error y un intervalo de confianza del 95%. Donde la muestra para el presente estudio arrojó 381 encuestados.

Así, mismo Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, María del Pilar Batista lucio (2014); refiere que las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transeccionales, tanto descriptivos como correlacionales – causas (las encuestas de opinión o sondeos, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas de una muestra, de la que esta se presupone que esta es probabilística y que todos los elementos de la población tienen una misma posibilidad de ser elegida.

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Siendo la fórmula utilizada para hallar la muestra la siguiente:

Dónde:

N = Total de la población = 43,142

Z_a = Coeficiente de seguridad = 1.96

q = Error estándar = 0.5

p = Proporción = 0.5

d = Presición = 0.05

Por lo tanto:

n = Muestra = 381 Usuarios encuestados

La población ha tenido las mismas probabilidades de ser encuestado, y por criterio del investigador, el muestreo probabilístico se ha estratificado por frecuencia de edades y género, tal como se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 8

Frecuencia de edades y género

Frecuencia de edades		Género del encuestado		
		Masculino	Femenino	Total
Edad del encuestado	De 18 a 24 años	34	30	64
	De 25 a 30 años	44	35	79
	De 31 a 35 años	48	34	82
	De 36 a 40 años	40	24	64
	De 41 a 50 años	26	32	58
	De 51 a 60 años	10	13	23
	Más de 61 años	4	7	11
Total		206	175	381

3.4 Variables de estudio

3.4.1 Variable independiente

A. Calidad de servicio

Los autores como; Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), define a la calidad de servicio como, una amplitud de la diferencia que exista entre las expectativas percibidas o deseos de los clientes y las percepciones del mismo.

B. Dimensiones

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

3.4.2 Variable asociada

A. Satisfacción percibida por los usuarios

La satisfacción percibida por los usuarios se entiende como: El nivel del estado de ánimo de una persona como resultado de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, según refiere kotler (2003).

B. Dimensiones

- Rendimiento percibido
- Expectativas
- Nivel de Satisfacción

3.5 Operacionalización de variables

Tabla 9

Operacionalización de variables (MAPIC)

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos tangibles	Las instalaciones de la Municipalidad son visualmente agradables y cómodos	Cuestionario
		La Municipalidad cuenta con equipos con tecnologías de apariencia moderna	
		Los materiales de comunicación que utiliza la Municipalidad para la prestación de servicios son visualmente atractivos	
		El personal de la Municipalidad tiene una apariencia culta	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
	Fiabilidad	Cuando tengo problemas en la Municipalidad, el personal muestra un verdadero interés en solucionarlo	
		En los trámites administrativos de la Municipalidad se cometen errores	
		En la Municipalidad, las respuestas son en los plazos previstos	
		La Municipalidad ofrece resultados esperados	
		El personal de la Municipalidad informa con sinceridad acerca de los servicios que presta	
	Capacidad de respuesta	El personal de la Municipalidad, siempre está dispuesto para ayudarlo	
		El personal responde a sus preguntas tomándose el tiempo necesario	
		Existe cooperación entre funcionarios de la Municipalidad para solución de problemas de los usuarios	
		Los trámites Administrativos en la Municipalidad son rápidos y sencillos	
	Seguridad	Me siento seguro con las transacciones que realizo con la Municipalidad	
		El personal de la Municipalidad, siempre es amable	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
		Las competencias y destrezas del personal de la Municipalidad son confiables	
		El personal de la Municipalidad tiene suficiente conocimiento para responder a mis preguntas	
	Empatía	El personal de la Municipalidad hace seguimiento de la solicitud del usuario	
		La Municipalidad ofrece información y atención personalizada	
		La Municipalidad tiene un adecuado horario de atención	
		El personal de la Municipalidad comprende las necesidades específicas del usuario	
		El personal de la Municipalidad brinda orientación al usuario sobre el procedimiento administrativo	
	SATISFACCIÓN PERCIBIDO	Rendimiento percibido	
Siento que la Municipalidad se ha identificado conmigo			
Me siento cómodo con el ambiente físico que ofrece la Municipalidad			

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
		Mis requerimientos presentados fueron resueltos en los plazos esperados	Cuestionario
		La unidad de tramite documentario de la Municipalidad realiza el seguimiento de las solicitudes y requerimientos	
	Expectativas	Valoro el esfuerzo con que desempeñan los trabajadores de la Municipalidad	
		La calidad de atención recibida de la Municipalidad es lo que esperaba	
		Valoro la experiencia obtenida en la Municipalidad	
		La Municipalidad cumple con los compromisos y propuestas para mejorar los servicios	
		Estoy satisfecho con la atención de los servicios públicos de la Municipalidad	
	Nivel de satisfacción	Me siento satisfecho por las tasas de pago impuestas por la Municipalidad	
		Me siento satisfecho por el servicio prestado por el personal de la Municipalidad	
		Los horarios establecidos por la Municipalidad son las que se acomodan para mis requerimientos	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
		Me complace la cortesía de los trabajadores de la Municipalidad	
		Me satisface el resultado obtenido de los servicios por la Municipalidad	

Fuente: el investigador.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1 Técnicas de recolección de datos

El procedimiento para la recaudación de información que se ha aplicado para el estudio es la técnica encuesta, el mismo que ha permitido recoger información y establecer relación de las variables de estudio de la línea de investigación; con participación de los usuarios beneficiarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

3.6.2 Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se ha utilizado para la registrar información es el (cuestionario). El cual se ha desarrollado con la intención de cumplir con la obtención de información proporcionada por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

La variable calidad de servicio, basada en el modelo de la escala Servqual, el mismo que está conformada por 5 dimensiones que son; Elementos tangibles con 4 ítems, Fiabilidad con 5 ítems, Capacidad de respuesta con 4 ítems, Seguridad con 4 ítems y Empatía con 5 ítems; compuesta por 22 ítems

Asimismo, la variable satisfacción basada en la teoría de Kotler, está conformada por 3 dimensiones que son; Rendimiento percibido con 5 ítems, Expectativas con 5 ítems, Niveles de satisfacción con 5 ítem; compuesto por 15 ítems.

3.6.3 Validación de instrumentos de medición

En la presente investigación la medición o instrumento de recolección de datos reunirá tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad, menciona Hernández Sampieri (2014).

3.6.4 Plan de procesamiento de datos

La averiguación sobre las variables, las dimensiones y los indicadores, se han alcanzado mediante el instrumento, se ha procedido con el análisis e interpretación de los datos de acuerdo con los objetivos propuestos en el estudio, ejecutando el procedimiento siguiente:

- Los datos se evaluaron y se revisaron.
- Los datos en el presente estudio han sido digitados utilizando el paquete estadístico SPSS 23, constituyendo así una base de datos para el procedimiento estadístico y obtener la correlación “r” de Pearson entre las variables de estudio.
- La exposición de los datos en tablas.
- La interpretación de los datos según los resultados obtenidos

3.7 Validación de instrumentos de medición

En la presente investigación para comprobar la fiabilidad del instrumento es el Alfa de Cronbach la cuales se mostrarán líneas más abajo.

Confiabilidad. - Es el instrumento de medida referido al grado en el que su aplicación reiterada al mismo individuo u objeto produce resultados semejantes refiere, Hernández Sampieri (2014).

- **Validez.** - Se refiere al grado en que instrumento mide realmente la variable que pretende medir Hernández Sampieri (2014).

- **Objetividad.** - Se refiere al grado en que este es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias del investigador que lo administran, califican e interpretan menciona, Hernández Sampieri (2014).

La validez del cuestionario se ha determinado por medio del juicio de tres expertos, quienes evaluaron con claridad, coherencia y relevancia los ítems presentados de la línea de investigación: relación entre la calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017. El instrumento finalmente siendo validado por la Ing. Madeleine N. Ticona Condori, donde se evaluó la claridad, concisión y relevancia de los enunciados.

Para la validación estadística se ejecutó una prueba piloto antes a la recolección de los datos con el fin de obtener información que ayude a mejorar la validez y confiabilidad del instrumento y manifestar problemas en la validez de construcción, de comprendido y de criterio. Sobre la forma de administración y apreciación de la escala recomendados por autores en investigación refiere Hernández (2010). Se empleó el instrumento a un grupo de personas, con características análogas a las de la Investigación; dicha tentativa y su respectivo análisis ayudó a optimizar el formato, la redacción, claridad y concisión de los ítems que integran el instrumento.

Posteriormente se procedió a la validación estadística de la variable de estudio calidad de servicio; mediante el análisis factorial (ver tabla 11) de ítem por ítem del test, así como a la validez y coeficiente de confiabilidad del instrumento, mediante el alfa de Cronbach (ver tabla 12) que mide la consistencia interna proyectando un coeficiente total de 0.903 que es valorado como alto. La herramienta queda expedita para ser aplicado a la muestra considerando su validez y confiabilidad.

Tabla 10

Análisis Factorial – Comunalidades (variable 01)

COMUNALIDADES			
		Inicial Extracción	
Las instalaciones de la Municipalidad son visualmente agradables y cómodos	1.000	.784	
La Municipalidad cuenta con equipos con tecnologías de apariencia moderna	1.000	.699	
Los materiales de comunicación que utiliza la Municipalidad para la prestación de servicios son visualmente atractivos	1.000	.839	
El personal de la Municipalidad tiene una apariencia culta	1.000	.747	
Cuando tengo problemas en la Municipalidad, el personal muestra un verdadero interés en solucionarlo	1.000	.664	
En los trámites administrativos de la Municipalidad se cometen errores	1.000	.692	
En la Municipalidad, las respuestas son en los plazos previstos	1.000	.692	
La Municipalidad ofrece resultados esperados	1.000	.617	
El personal de la Municipalidad informa con sinceridad acerca de los servicios que presta	1.000	.793	
El personal de la Municipalidad, siempre está dispuesto para ayudarlo	1.000	.771	
El personal responde a sus preguntas tomándose el tiempo necesario	1.000	.699	
Existe cooperación entre funcionarios de la Municipalidad para solución de problemas de los usuarios	1.000	.704	
Los trámites Administrativos en la Municipalidad son rápidos y sencillos	1.000	.824	
Me siento seguro con las transacciones que realizo con la Municipalidad	1.000	.811	

COMUNALIDADES

	Inicial	Extracción
El personal de la Municipalidad, siempre es amable	1.000	.693
Las competencias y destrezas del personal de la Municipalidad son confiable	1.000	.776
El personal de la Municipalidad tiene suficiente conocimiento para responder a mis preguntas	1.000	.761
El personal de la Municipalidad hace seguimiento de la solicitud del usuario	1.000	.795
La Municipalidad ofrece información y atención personalizada	1.000	.637
La Municipalidad tiene un adecuado horario de atención	1.000	.739
El personal de la Municipalidad comprende las necesidades específicas del usuario	1.000	.721
El personal de la Municipalidad brinda orientación al usuario sobre el procedimiento administrativo	1.000	.904

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Tabla 11

Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.903	22

Posteriormente se procedió a la validación estadística de la variable satisfacción del usuario; mediante el análisis factorial (ver tabla 11) de ítem por ítem del test, así como a la validez y coeficiente de confiabilidad del instrumento, mediante el alfa de Cronbach (ver tabla 12) que mide la consistencia interna arrojando un coeficiente total de 0.903 que es

valorado como alto. El instrumento queda expedito para ser aplicado a la muestra considerando su validez y confiabilidad.

Tabla 12

Análisis Factorial – Comunalidades (Variable 02)

COMUNALIDADES		
	Inicial	Extracción
Estoy conforme con el desempeño de los trabajadores de la Municipalidad	1.000	.733
Siento que la Municipalidad se ha identificado conmigo	1.000	.642
Me siento cómodo con el ambiente físico que ofrece la Municipalidad	1.000	.642
Mis requerimientos presentados fueron resueltos en los plazos esperados	1.000	.605
La unidad de tramite documentario de la Municipalidad realiza el seguimiento de las solicitudes y requerimientos	1.000	.635
Valoro el esfuerzo con que desempeñan los trabajadores de la Municipalidad	1.000	.644
La calidad de atención recibida de la Municipalidad es lo que esperaba	1.000	.588
Valoro la experiencia obtenida en la Municipalidad	1.000	.703
La Municipalidad cumple con los compromisos y propuestas para mejorar los servicios	1.000	.787
Estoy satisfecho con la atención de los servicios públicos de la Municipalidad	1.000	.750
Me siento satisfecho por las tasas de pago impuestas por la Municipalidad	1.000	.744

	Inicial	Extracción
Me siento satisfecho por el servicio prestado por el personal de la Municipalidad	1.000	.804
Los horarios establecidos por la Municipalidad son las que se acomodan para mis requerimientos	1.000	.541
Me complace la cortesía de los trabajadores de la Municipalidad	1.000	.845
Me satisface el resultado obtenido de los servicios por la Municipalidad	1.000	.808

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Tabla 13

Alfa de Cron Bach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cron Bach	N de elementos
0.822	15

3.8 Plan de procesamiento de datos: (Fuentes de datos primarios)

En el presente estudio, se aplicó las encuestas con preguntas cerradas de tipo escala de valoración de **Likert**, las cuales han sido aplicados directamente a los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandía. La valoración de las alternativas se ha realizada de acuerdo al siguiente esquema.

Tabla 14

Escala de Likert.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
---------------------------------	----------------------	---------------------------------------	-------------------	------------------------------

En el presente estudio, las variables (calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios) tuvieron la siguiente valoración; Totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

Capítulo IV: Resultados de la investigación

4.1 Presentación de resultados

4.1.1 Análisis descriptivo de la población (cálculo de los indicadores y medidas de resumen)

En el presente estudio se presenta los indicadores consideradas como: la edad, género y frecuencia con la que se visita a la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Tabla 15

Distribución de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017, según su edad.

	Genero del encuestado				Total	
	Masculi		Femeni		Frecuenci a	%
	no	%	no	%		
Edad del encuestado						
De 18 a 24 años	34	8.92%	30	7.87%	64	16.80%
De 25 a 30 años	44	11.55%	35	9.19%	79	20.73%
De 31 a 35 años	48	12.60%	34	8.92%	82	21.52%
De 36 a 40 años	40	10.50%	24	6.30%	64	16.80%
De 41 a 50 años	26	6.82%	32	8.40%	58	15.22%
De 51 a 60 años	10	2.62%	13	3.41%	23	6.04%

	Genero del encuestado				Total	
	Masculi		Femeni		Frecuenci a	%
	no	%	no	%		
Más de 61 años	4	1.05%	7	1.84%	11	2.89%
Total	206	54.07%	175	45.93%	381	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

Según la tabla 16 podemos observar a los usuarios que acuden con frecuencia a la Municipalidad Provincial de Sandia según su edad, el 16.8% tienen edades entre 18 a 24 años, el 20.7% de ellos tienen edades entre 25 a 30 años. Un significativo 21.5% tienen edades entre 31 a 35 años, y el 16.8% tienen edades entre 36 a 40 años, el 15.2% está entre 41 a 50 años, el 6.0% tiene entre 51 a 60 años y sólo el 2.9% tienen más de 61 años.

Además, en el cuadro se puede apreciar que el género masculino predomina significativamente con un 54.07%; siendo la mayoría y el género femenino representado por un 45.93%.

Tabla 16

Distribución de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017, según su género.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	206	54.1	54.1
Femenino	175	45.9	100.0
Total	381	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Según la tabla 17 se puede ver que la mayoría de los usuarios que acuden a la Municipalidad Provincial de Sandia durante el periodo 2017; son varones representados por un 54.1%, y el 45.9% son del género femenino.

Tabla 17

Distribución de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017, según la frecuencia con la que visita la Municipalidad.

Visita a la Municipalidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Primera vez	65	17.1	17.1
Una vez a la semana	34	8.9	26.0
Más de 2 veces a la semana	26	6.8	32.8
Una vez al mes	148	38.8	71.7
Dos veces al mes	70	18.4	90.0
Más de 2 veces al mes	38	10.0	100.0
Total	381	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Según la tabla 18 se puede ver la frecuencia con la que los usuarios acuden a la Municipalidad Provincial de Sandia, la mayoría de ellos lo hacen una vez al mes representando un 38.8%, el 18.4% lo hacen dos veces al mes, el 10.0% lo hace más de 2 veces al mes, el 6.8% acude más de 2 veces a la semana, el 8.9% acude una vez por semana. Y un considerable 17.1% acudió por primera vez a la Municipalidad.

4.2 Análisis mediante la prueba estadística específica

Se presenta las hipótesis, con sus respectivas tablas que muestran los resultados para cada objetivo.

4.2.1 Análisis, interpretación de los resultados objetivo general

Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

PRUEBA DE HIPÓTESIS PARA EL OBJETIVO GENERAL

H₀: La calidad de servicio no tiene una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

H_a: La calidad de servicio tiene una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad de Sandia, 2017.

Tabla 18

Calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

		SATISFACCIÓN PERCIBIDO				
		Mala	Regular	Buena	Total	
CALIDAD DE SERVICIO	Mala	Recuento	8	16	5	29
		% dentro del ítem	27.6%	55.2%	17.2%	100.0%
		% del total	2.1%	4.2%	1.3%	7.6%
	Regular	Recuento	15	277	14	306
		% dentro del ítem	4.9%	90.5%	4.6%	100.0%
		% del total	3.9%	72.7%	3.7%	80.3%
	Buena	Recuento	3	10	33	46
		% dentro del ítem	6.5%	21.7%	71.7%	100.0%
		% del total	0.8%	2.6%	8.7%	12.1%
Total	Recuento	26	303	52	381	
	% dentro del ítem	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%	
	% del total	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

De la Tabla 19, podemos observar la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, en donde el 8.7% de los usuarios indican una buena calidad de servicio y por lo tanto tienen una buena percepción de la satisfacción percibido. Un importante 72.7% de los usuarios indican una regular calidad de servicio ofrecida por la Municipalidad y por ende también perciben una regular satisfacción, siendo la mayoría de ellos. Por otro lado, existe un 2.1% de los usuarios que manifiestan una calidad de servicio mala y una perciben una mala satisfacción por parte de la Municipalidad. Es importante mencionar también que existe un 6.8% que indican una buena calidad de servicio y sin embargo perciben una mala satisfacción en la Municipalidad, este dato es considerado como atípico.

Margen de error o significancia:

$\alpha = 5\%$

La función de la prueba estadística a usar es: La prueba Chi – cuadrada

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	178.579 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	127.510	4	.000
Asociación lineal por lineal	68.074	1	.000
N de casos válidos	381		

a. 3 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.98.

Región de rechazo y aceptación:

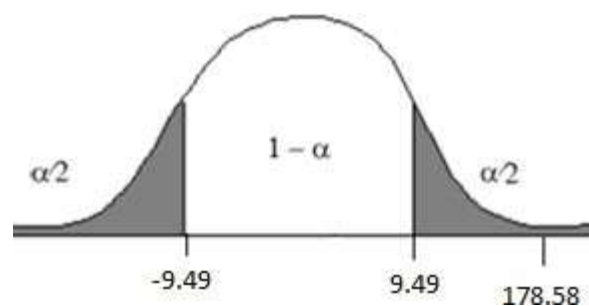


Figura 4: Región de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2 C = 178.58$; pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que la calidad de servicio tiene una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Prueba Rho de Spearman

Correlaciones					
				CALIDAD DE SERVICIO	SATISFACCIÓN PERCIBIDA
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	de	1.000	.434**
		Sig. (bilateral)		.	.000
		N		381	381
	SATISFACCIÓN PERCIBIDA	Coeficiente de correlación	de	.434**	1.000
		Sig. (bilateral)		.000	.
		N		381	381

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

Fuente: Elaboración Propia

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre las variables calidad de servicio y la satisfacción percibido en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia 2017, se observa que el $p=0.434$; indica una correlación moderada promedio entre las variables de investigación.

4.2.2 Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 1

Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

PRUEBA DE HIPÓTESIS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1

HO: Los elementos tangibles no poseen una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Ha: Los elementos tangibles poseen una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Tabla 19

Calidad de servicio en la dimensión elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

		SATISFACCIÓN PERCIBIDO			Total	
		Mala	Regular	Buena		
ELEMENTOS TANGIBLES	Mala	Recuento	7	18	1	26
		% dentro del ítem	26.9%	69.2%	3.8%	100.0%
		% del total	1.8%	4.7%	0.3%	6.8%
	Regular	Recuento	18	198	16	232
		% dentro del ítem	7.8%	85.3%	6.9%	100.0%
		% del total	4.7%	52.0%	4.2%	60.9%
	Buena	Recuento	1	87	35	123
		% dentro del ítem	0.8%	70.7%	28.5%	100.0%

		SATISFACCIÓN PERCIBIDO			Total
		Mala	Regular	Buena	
	% del total	0.3%	22.8%	9.2%	32.3%
Total	Recuento	26	303	52	381
	% dentro del ítem	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%
	% del total	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

De la Tabla 20, se observa la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, en donde el 9.2% de los usuarios indican los buenos elementos tangibles de la calidad de servicio y por lo tanto tienen una buena percepción de la satisfacción percibida. Un significativo 52.0% de los usuarios indican una regular calidad de servicio en lo que respecta a los elementos tangibles ofrecidos por la Municipalidad y por ende también perciben una regular satisfacción, siendo la mayoría de ellos. Un 1.8% de los usuarios que manifiestan una calidad de servicio mala en la dimensión elementos tangibles y una perciben una mala satisfacción por parte de la Municipalidad. Es importante mencionar también que existe un 0.3% que indican una buena calidad de servicio y sin embargo perciben una mala satisfacción percibida en la Municipalidad al igual que indican una mala calidad en los elementos tangibles y perciben una buena satisfacción, este dato considerado como atípico.

Margen de error o significancia:

$\alpha = 5\%$

La función de la prueba estadística a usar es: La prueba Chi – cuadrada

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Pruebas de Chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	54.069 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	49.205	4	.000
Asociación lineal por lineal	44.687	1	.000
N de casos válidos	381		

a. 2 casillas (22.2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.77.

Región de rechazo y aceptación:

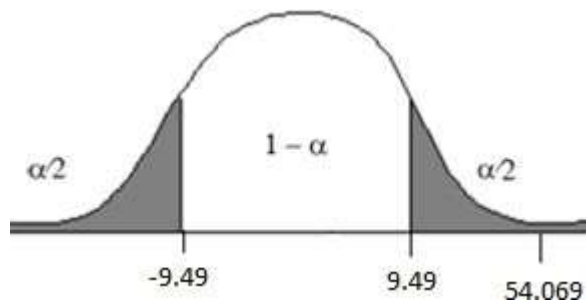


Figura 5: Zona de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2 C = 54.069$ pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que los elementos tangibles de la calidad de servicio poseen una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017.

Prueba Rho de Spearman

Correlaciones

				ELEMENTOS SATISFACCIÓN	
				TANGIBLES	PERCIBIDA
Rho de Spearman	ELEMENTOS	Coeficiente de correlación	de	1.000	.344**
	TANGIBLES	Sig. (bilateral)		.	.000
		N		381	381
				SATISFACCIÓN	
	PERCIBIDA	Coeficiente de correlación	de	.344**	1.000
		Sig. (bilateral)		.000	.
		N		381	381

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

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre las variables elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017, se observa que el $\rho=0.344$; indica una correlación moderada entre las variables de investigación. Además, existe dependencia entre las variables y elementos tangibles y la satisfacción percibido en los usuarios de la Municipalidad. Al nivel de significación del 5% e inclusive al 1% se nivel de significación.

4.2.3 Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 2

Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

PRUEBA DE HIPÓTESIS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 2

HO: La fiabilidad no posee una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Ha: La fiabilidad posee una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Tabla 20

Calidad de servicio en la dimensión fiabilidad y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

		SATISFACCIÓN PERCIBIDA				
		Mala	Regular	Buena	Total	
FIABILIDAD	Mala	Recuento	8	29	2	39
		% dentro del ítem	20.5%	74.4%	5.1%	100.0%
		% del total	2.1%	7.6%	0.5%	10.3%
	Regular	Recuento	17	260	39	316
		% dentro del ítem	5.4%	82.3%	12.3%	100.0%
		% del total	4.5%	68.4%	10.3%	83.2%
	Buena	Recuento	1	13	11	25
		% dentro del ítem	4.0%	52.0%	44.0%	100.0%
		% del total	0.3%	3.4%	2.9%	6.6%
Total	Recuento	26	302	52	380	
	% dentro del ítem	6.8%	79.5%	13.7%	100.0%	
	% del total	6.8%	79.5%	13.7%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla 21, se observa la dimensión de fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017, en donde el 2.9% de los usuarios indican una buena fiabilidad de la calidad de servicio y por lo tanto tienen una buena percepción de la satisfacción percibido. Un significativo 68.4% de los usuarios indican una regular calidad de servicio en lo que respecta a la fiabilidad ofrecidos por la Municipalidad y por ende también perciben una regular

satisfacción, siendo la mayoría de ellos. Un mínimo 2.1% de los usuarios que manifiestan una calidad de servicio mala, en la dimensión fiabilidad y una perciben una mala satisfacción por parte de la Municipalidad. Es importante mencionar también que existe algunos datos atípicos un 0.3% que indican una buena calidad de servicio en la dimensión fiabilidad y sin embargo perciben una mala satisfacción percibido en la Municipalidad al igual que indican una mala calidad en la fiabilidad y perciben una buena satisfacción.

Margen de error o significancia:

$\alpha = 5\%$

La función de la prueba estadística a usar es: La prueba Chi - cuadrada

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	34.044 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	25.182	4	.000
Asociación lineal por lineal	22.524	1	.000
N de casos válidos	380		

a. 3 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.71.

Región de rechazo y aceptación:

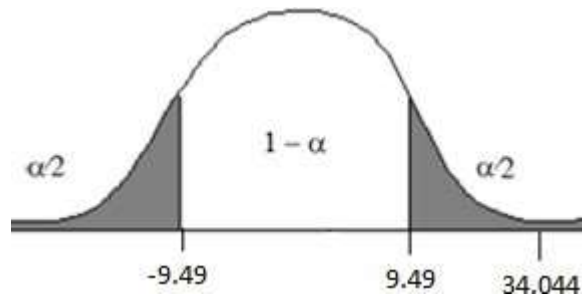


Figura 6: Zona de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2 C = 34.044$ y pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que la dimensión fiabilidad de la variable calidad de servicio posee una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandía en el 2017.

Prueba Rho de Spearman

Correlaciones

				SATISFACCIÓN	
				FIABILIDAD	PERCIBIDA
Rho de Spearman	FIABILIDAD	Coeficiente de correlación	de	1.000	.243**
		Sig. (bilateral)		.	.000
		N		381	381
	SATISFACCIÓN PERCIBIDA	Coeficiente de correlación	de	.243**	1.000
		Sig. (bilateral)		.000	.
		N		381	381

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

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre las variables fiabilidad y la satisfacción percibido en los usuarios de la Municipalidad Provincial

de Sandia en el 2017, se observa que el $p=0.243$; indica una correlación baja entre las variables de investigación.

4.2.4 Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 3

Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

PRUEBA DE HIPÓTESIS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 3.

HO: La capacidad de respuesta no posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Ha: La capacidad de respuesta posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Tabla 21

Calidad de servicio en la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

		SATISFACCIÓN PERCIBIDA			Total	
		Mala	Regular	Buena		
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Mala	Recuento	13	49	3	65
		% dentro del ítem	20.0%	75.4%	4.6%	100.0%
		% del total	3.4%	12.9%	0.8%	17.1%
	Regular	Recuento	13	241	17	271
		% dentro del ítem	4.8%	88.9%	6.3%	100.0%
		% del total	3.4%	63.3%	4.5%	71.1%
	Buena	Recuento	0	13	32	45
		% dentro del ítem	0.0%	28.9%	71.1%	100.0%
		% del total	0.0%	3.4%	8.4%	11.8%

		SATISFACCIÓN PERCIBIDA			Total
		Mala	egular	Buena	
Total	Recuento	26	303	52	381
	% dentro del ítem	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%
	% del total	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla 22, se observa la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, en donde el 8.4% de los usuarios indican una buena capacidad de respuesta de la calidad de servicio y por lo tanto tienen una buena percepción de la satisfacción percibido. Un importante 63.3% de los usuarios indican una regular calidad de servicio en lo que respecta a la capacidad de respuesta ofrecidos por la Municipalidad y por ende también perciben una regular satisfacción. Un mínimo porcentaje de 3.4% de los usuarios que manifiestan una calidad de servicio mala en la dimensión capacidad de respuesta y una perciben una mala satisfacción por parte de la Municipalidad. Es importante mencionar también que no existe ningún dato que indique una buena capacidad de respuesta y una mala satisfacción percibido en la Municipalidad.

Margen de error o significancia:

$\alpha = 5\%$ La función de la prueba estadística a usar es: La prueba Chi - cuadrada

$$\chi^{2*} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	162.457 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	113.787	4	.000
Asociación lineal por lineal	86.046	1	.000
N de casos válidos	381		

a. 2 casillas (22.2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3.07.

Región de rechazo y aceptación:

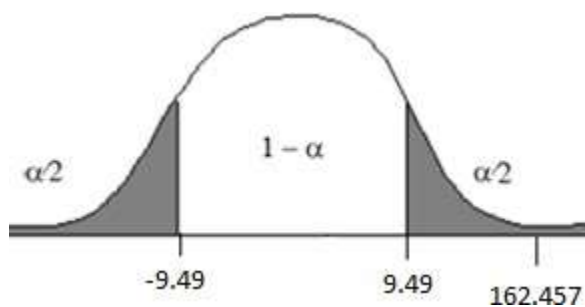


Figura N°7: Zona de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2 C = 162.457$ pertenece a la región de rechazo, por tal motivo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017.

Prueba Rho de Spearman

Correlaciones

				CAPACIDAD DE RESPUESTA	SATISFACCIÓN PERCIBIDA
Rho de Spearman	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Coeficiente de correlación	de	1.000	.472**
	RESPUESTA	Sig. (bilateral)		.	.000
		N		381	381
	SATISFACCIÓN PERCIBIDA	Coeficiente de correlación	de	.472**	1.000
		Sig. (bilateral)		.000	.
		N		381	381

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

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre las variables capacidad de respuesta y la satisfacción percibido en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia 2017, se observa que el $p=0.472$; indica una correlación moderada o promedio entre las variables de investigación.

4.2.5 Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 4

Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

PRUEBA DE HIPÓTESIS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 4.

HO: La seguridad no posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Ha: La seguridad posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Tabla 22

Calidad de servicio en la dimensión seguridad y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

		SATISFACCIÓN PERCIBIDA			
		Mala	Regular	Buena	Total
Mala	Recuento	6	45	2	53
	% dentro del ítem	11.3%	84.9%	3.8%	100.0%
	% del total	1.6%	11.8%	0.5%	13.9%
Regular	Recuento	20	236	14	270
	% dentro del ítem	7.4%	87.4%	5.2%	100.0%
	% del total	5.2%	61.9%	3.7%	70.9%
Buena	Recuento	0	22	36	58
	% dentro del ítem	0.0%	37.9%	62.1%	100.0%
	% del total	0.0%	5.8%	9.4%	15.2%
Total	Recuento	26	303	52	381
	% dentro del ítem	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%
	% del total	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla 23, se observa la dimensión seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, en donde el 9.4% de los usuarios indican una buena seguridad de la calidad de servicio y por lo tanto tienen una buena percepción de la satisfacción percibido. La mayoría de ellos con un 61.9% de los usuarios indican una regular calidad de servicio en lo que respecta a la seguridad, ofrecidos por la Municipalidad y por ende también perciben una regular satisfacción. Un

1.6% de los usuarios que manifiestan una calidad de servicio mala en la dimensión seguridad y perciben una mala satisfacción por parte de la Municipalidad. Es importante mencionar también que existe algunos datos atípicos un 0.5% que indican una mala calidad de servicio en la dimensión seguridad y sin embargo perciben una buena satisfacción percibido en la Municipalidad.

Margen de error o significancia:

$\alpha = 5\%$ La función de la prueba estadística a usar es: La prueba Chi - cuadrada

$$\chi^{2*} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación (bilateral)	asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	138.173 ^a	4	.000	
Razón de verosimilitud	104.075	4	.000	
Asociación lineal por lineal	70.680	1	.000	
N de casos válidos	381			

a. 2 casillas (22.2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3.62.

Región de rechazo y aceptación:

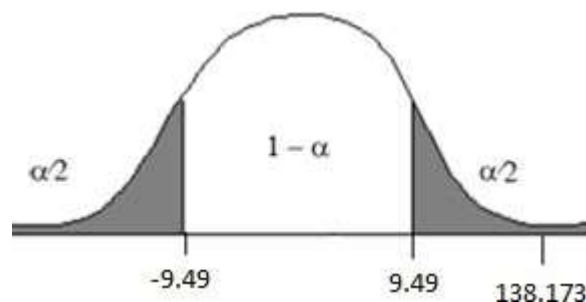


Figura 8: Zona de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2 C = 138.173$ pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio posee una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017.

Prueba Rho de Spearman

		Correlaciones			
		SATISFACCIÓN			
		SEGURIDAD		PERCIBIDA	
Rho de	SEGURIDAD	Coeficiente	de	1.000	.440**
Spearman		correlación			
		Sig. (bilateral)		.	.000
		N		381	381
	SATISFACCIÓN	Coeficiente	de	.440**	1.000
	PERCIBIDA	correlación			
		Sig. (bilateral)		.000	.
		N		381	381

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

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre las variables seguridad y la satisfacción percibido en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia 2017, se observa que $p=0.440$; indica una correlación moderada o promedio entre las variables de investigación.

Análisis, interpretación de los resultados objetivo específico 5

Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

PRUEBA DE HIPÓTESIS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 5.

H₀: La empatía no posee una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

H_a: La empatía posee una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Tabla 23

Calidad de servicio en la dimensión empatía y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

		SATISFACCIÓN PERCIBIDA				
		Mala	Regular	Buena	Total	
EMPATÍA	Mala	Recuento	12	31	1	44
		% dentro del ítem	27.3%	70.5%	2.3%	100.0%
		% del total	3.1%	8.1%	0.3%	11.5%
	Regular	Recuento	14	269	29	312
		% dentro del ítem	4.5%	86.2%	9.3%	100.0%
		% del total	3.7%	70.6%	7.6%	81.9%
	Buena	Recuento	0	3	22	25
		% dentro del ítem	0.0%	12.0%	88.0%	100.0%
		% del total	0.0%	0.8%	5.8%	6.6%
Total	Recuento	26	303	52	381	
	% dentro del ítem	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%	
	% del total	6.8%	79.5%	13.6%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

De la Tabla 24, se observa la dimensión empatía de la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, en donde el 5.8% de los usuarios indican una buena empatía por parte de la Municipalidad y por lo

tanto tienen una buena percepción de la satisfacción percibido. Un importante 70.6% de los usuarios indican una regular calidad de servicio en lo que respecta a la empatía manifestada por la Municipalidad y por ende también perciben una regular satisfacción. Un mínimo porcentaje de 3.1% de los usuarios que manifiestan una calidad de servicio mala en la dimensión empatía y una perciben una mala satisfacción por parte de la Municipalidad. Es importante mencionar también que no existe ningún dato que indique una buena empatía y una mala satisfacción percibido en la Municipalidad.

Margen de error o significancia:

$\alpha = 5\%$ La función de la prueba estadística a usar es: La prueba Chi - cuadrada

Donde:

$$\chi^{2*} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	157.475 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	102.248	4	.000
Asociación lineal por lineal	86.167	1	.000
N de casos válidos	381		

a. 3 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.71.

Región de rechazo y aceptación:

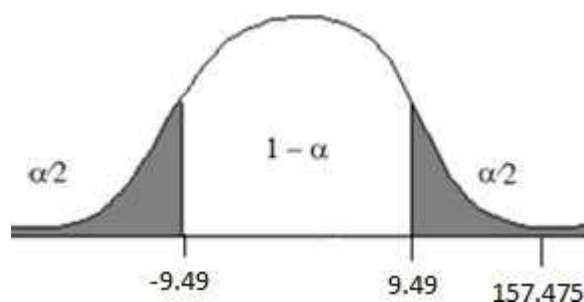


Figura 9: Zona de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2 C = 157.475$ pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que la dimensión empatía de la calidad de servicio posee una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017.

Prueba Rho de Spearman

Correlaciones

		SATISFACCIÓN		
		EMPATÍA		PERCIBIDA
Rho de	EMPATÍA	Coefficiente de	1.000	.472**
Spearman		correlación		
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	381	381
	SATISFACCIÓN	Coefficiente de	.472**	1.000
	PERCIBIDA	correlación		
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	381	381

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

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre las variables empatía y la satisfacción percibido en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia 2017, se observa que $\rho=0.472$; indica una correlación moderada o promedio entre las variables de investigación.

4.3 Interpretación de resultados y Discusión

El propósito de la investigación es identificar la relación de las variables la calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

General: Según la prueba de Chi Cuadrado, la Calidad de servicio tiene una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Por otro lado, según la Prueba de Rho de Spearman manifiesta una correlación moderada entre la variable calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Noriega (2016); en su investigación titulada Calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital del Porvenir de Trujillo, señala que existe relación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. La correlación de Spearman arrojó un valor de 0.906; la cual es directamente proporcional entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario. Lo que significa que a mejor calidad de servicio mejor será la satisfacción de los usuarios.

Haciendo un contraste de ambos resultados, existe una relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario y el grado de correlación obtenida es positiva de las variables calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios.

Primero: Según la prueba de Chi Cuadrado, en la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Por otro lado, según la Prueba de Rho

de Spearman manifiesta una correlación moderada entre los elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

En la investigación de Miguel Rodríguez, Vicente Martínez y Carolina Moliner (2008) titulada: Los tangibles predictores de la satisfacción del usuario; refiere que los aspectos tangibles tengan poca importancia, ya que el usuario está más pendiente de aspectos como la fiabilidad y la seguridad de los empleados y de la empresa, además indica que no todas las organizaciones son iguales y, por tanto, la importancia de las variables implicadas en las evaluaciones de los clientes varía en función del contexto que se trate.

Realizando un comparativo de ambas investigaciones, donde los elementos tangibles pueden tener importancia o no, muchas veces los usuarios hacen su evaluación en función al tipo de servicio que presta una organización como se refiere en la investigación antes mencionada según Miguel Rodríguez. Sin embargo, el grado de correlación obtenida es positiva en la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio y satisfacción del usuario en la presente investigación.

Segundo: Según la prueba de Chi Cuadrado, en la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Por otro lado, según la Prueba de Rho de Spearman manifiesta una correlación baja entre los elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Según la revista ABB (2009); un concepto de la fiabilidad se relaciona con la disminución de los problemas que se presenta en los equipos y para una mejora en la fiabilidad se debe tener capacidad para identificar los problemas y la vocación para ayudar a los clientes y para entregar el servicio con prontitud.

Si bien es cierto el concepto de fiabilidad relaciona con el estado de funcionamiento de los equipos y la vocación de entregar el servicio con prontitud al usuario; y según nuestra investigación la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio tiene una correlación baja

pero positiva con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia. Lo que significa que a mejor fiabilidad de calidad de servicio mejor será la satisfacción de los usuarios.

Tercero: Según la prueba de Chi Cuadrado, en la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Por otro lado, según la Prueba de Rho de Spearman manifiesta una correlación moderada entre la capacidad de respuesta y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Además, refiere Parasuraman et al. (1988); la capacidad de respuesta: disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

Así mismo en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales (2005); Duque Oliva, Edison Jair. Conceptúan a la capacidad de respuesta como la actitud que se muestra para ayudar a los usuarios y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el usuario, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo.

Considerando que la capacidad de respuesta se refiere a la disposición y a la voluntad, por parte del servidor público, para ayudar a los clientes y para proporcionar un servicio rápido. Y según nuestra investigación el grado de correlación obtenida es positiva. Lo que significa que a mejor capacidad de respuesta de calidad de servicio mejor será la satisfacción de los usuarios.

Cuarto: Según la prueba de Chi Cuadrado, en la dimensión seguridad de la calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Por otro lado, según la Prueba de Rho de

Spearman manifiesta una correlación moderada entre la dimensión seguridad y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Castillo M. Eduardo (2005); menciona que la “Seguridad, como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza.

Considerando que la seguridad se refiere a los conocimientos y a la atención mostrada por el servidor público y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza, se concluye en la presente investigación es de importancia la dimensión seguridad frente a la calidad de servicio percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia.

Quinto: Según la prueba de Chi Cuadrado, en la dimensión empatía de la calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Por otro lado, según la Prueba de Rho de Spearman manifiesta una correlación moderada entre la dimensión empatía y la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017.

Además, refiere Parasuraman et al. (1988); la empatía: atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes.

Considerando que la empatía se refiere a la atención individualizada que ofrecen los servidores públicos a sus usuarios, en la presente investigación la correlación es moderada, por lo que la empatía es de vital para la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

La calidad de servicio en los últimos años ha cobrado gran relevancia con la evolución de diversas teorías que se adaptan o son apropiadas en diferentes circunstancias. El objetivo principal del trabajo de investigación es determinar la relación de la calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017. Sin embargo, en la investigación se consignan resultados de los análisis descriptivos y el análisis de la prueba estadística específica; considerando como la edad, género y frecuencia las cuales detallamos a continuación. Los usuarios beneficiarios que acuden con mayor frecuencia a la Municipalidad son de género masculino que tienen edades entre 31 a 35 años, durante el periodo 2017; representado por un 54.1%, de la población beneficiario. Y la mayoría de los usuarios que acuden con mayor frecuencia a la Municipalidad son de género masculino representado un importante 54%¹. Y respectivamente los usuarios que acuden a la institución municipal la mayoría de ellos lo hace una vez al mes representando el 38% de la población beneficiaria total.

General: El valor obtenido del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es $p=0.434$; lo que indica que exista relación entre la variable calidad de servicios y la satisfacción percibido y el grado de correlación obtenida es moderada, en efecto la variable calidad de servicio tiene una correlación positiva en la satisfacción percibido por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Sandia, por lo que se concluye que servicios públicos de la Municipalidad calificaron como regular el servicio ofrecido por el personal de la institución municipal, y por ende también perciben una regular satisfacción. Quiere decir que, a mayor calidad de servicio, mayor será la satisfacción de los usuarios.

Primero: los beneficiarios valoraron los elementos tangibles de la calidad de servicio como regular y por ende también perciben una regular satisfacción, quiere decir que, a

mayor calidad de servicio en la dimensión elementos tangibles, mayor será la satisfacción por los usuarios.

Segundo: Los usuarios beneficiarios de los servicios públicos de la Municipalidad calificaron como regular la fiabilidad en la institución, y por ende también perciben una regular satisfacción. Quiere decir que, a mayor calidad de servicio en la dimensión fiabilidad, mayor será la satisfacción percibido por los usuarios.

Sin embargo, para mejorar la valoración se debe trabajar en el desempeño de las funciones encomendadas para obtener mejores resultados.

Tercero: Según los usuarios beneficiarios valoraron la capacidad de respuesta como regular y por ende también perciben una regular satisfacción. Quiere decir que, a mayor calidad de servicio en la dimensión capacidad de respuesta, mayor será la satisfacción percibido por los usuarios.

Por consiguiente, el personal deberá hacer esfuerzos adicionales para incrementar el nivel de calidad de servicio ofrecido al usuario beneficiario para mejorar la satisfacción del mismo.

Cuarto: Los usuarios beneficiarios valoraron la seguridad como regular y por lo tanto también los usuarios perciben una regular satisfacción. Lo que quiere decir que, a mayor calidad de servicio en la dimensión seguridad mayor será la satisfacción percibido por los usuarios.

Quinto: Los usuarios beneficiarios valoraron la empatía como regular y por ende también perciben una regular satisfacción. Quiere decir que, a mayor calidad de servicio en la dimensión empatía, mayor será la satisfacción percibido por los usuarios.

5.2 Recomendaciones

Según el resultado en la presente investigación, se ha obtenido en la mayoría de las dimensiones en estudio, una regular calidad de servicio y una regular satisfacción percibido

por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia. Además, es importante mencionar que una mínima cantidad de la población usuario beneficiaria considera que existe una buena calidad de servicio y una buena satisfacción percibido. Por lo que es necesario plantear las siguientes recomendaciones:

- Diseñar y desarrollar filtros necesarios para la selección el perfil adecuado para la prestación de servicios en la institución municipal. Porque la productividad, eficiencia y resultados, recaen directamente sobre el talento humano con la que cuenta la institución municipal.
- Contar con personal capacitado con destrezas y habilidades para las diferentes áreas requeridas.
- Capacitar al servidor público en temas relacionados a la empatía, trámite administrativo, técnicas de comunicación, etc.
- Que el estudio desarrollado de las variables calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios beneficiarios en el 2017; que sirva de insumo de mejoras, en vista de que los resultados obtenidos hacen referencia a una regular calidad de servicio y satisfacción.
- Es necesario que la alta dirección tenga motivado al servidor ya sean mediante remuneraciones y charlas motivacionales para la satisfacción del servidor público.

Finalmente, se considera que el estudio permitirá diseñar más herramientas válidas según los resultados obtenidos para continuar con más investigaciones de las variables de estudio desarrolladas y así mismo sirva de insumo de mejora a la institución municipal ya que se proporcionaran los resultados obtenidos de la investigación.

Referencias bibliográficas

- Alberto, B. C. (2016). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016. *Universidad César Vallejo*, 90.
- Alicante, D. d. (2011). La gestión de la calidad, la calidad en la Administración Pública. Alicante: Departamento de formación de Calidad.
- Angulo, P. L. (1991). Calidad de Servicio del Marketing a la Estrategia. Juan Bravo 3A, 28006 Madrid (ESPAÑA): A.P.D. Ediciones Díaz de Santos.
- Cantú. (2011). 119.
- Carlos Fernández Ccallado, Pilar Baptista Lucio, & Roberto Hernández Sampieri. (2003). Metodologías de Investigación. México.
- Carlos Gonzáles Menorca, Leonor Gonzáles Menorca, Emma Juaneda Ayensa y Jorge Pelegrin Borondo. (2014). En la calidad en las organizaciones turísticas (pág. 261). España: COPRIGHT 2014 Ediciones Paraninfo, S.A.
- Chambilla, A. R. (2016). La calidad de servicio y la Satisfacción del cliente de la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014. *Revista Ciencia y Tecnología para el desarrollo - UJCM*, 10.
- Congreso de la República. ((2002).
- Denton, D. K. (1991). Calidad en el servicio a los clientes.
- Diccionario Real Academia Española. (2014). En *El Diccionario de la lengua española es la obra lexicográfica de referencia de la Academia*. Asociación de Academias de la Lengua Española.
- Diccionario Real Academia Española. (2014). En *E. D. Academia*. España: Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE).

- Elisa Alén González, Andrés Mazaira Castro, José Antonio Fraiz Brea. (2000). Calidad de Servicio y Satisfacción, Antecedente o Consecuente. Su evaluación en el ámbito del Turismo. Facultad de Ciencias Empresariales Campus Universitario, s/n 32.004 Ourense - Universidad Vigo.
- Fernández, M. J., & Campiña, G. (2015). Atención básica al cliente. España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Ferran Calabuig Moreno, Nuria Molina García, Juan Núñez Pomar. (2012). UNA APLICACIÓN INICIAL DEL MODELO TRIDIMENSIONAL DE CALIDAD DE SERVICIO EN CENTROS DEPORTIVOS PRIVADOS. Red de revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.
- Gómez, C. R. (2015). Análisis de la calidad percibido, satisfacción, valor percibido e intenciones futuras de los usuarios de los servicios deportivos públicos gestionados por Logroño deportes.
- Gonzales, Francisco J. Miranda; Chamorro Mera, Antonio; Sergio, Rubio Lacoba. (2007). Introducción a la gestión de la Calidad. Madrid (España): Delta Publicaciones.
- Henry Ford. (2004). El Marketing de los Servicios Profesionales. Barcelona.
- Hernández, F. B. (2006). pág. 205.
- Jaime Torres Frago, Ignacio Luna Espinoza. (2016). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. Contaduría y Administración 62 (2017) 1270-1293 - Universidad del Istmo, México.
- José Antonio Arjona Muñoz, M. C. (2012). Expectativas y Satisfacción de usuarios en cursos On Line. Estudio de caso experto en entornos virtuales de formación. Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias de la Educación Boulevard Louis Pasteur s/n Campus de Teatinos. 29071, Málaga (España), 107.

- Juan Carlos Marzo, V. M. (2002). La satisfacción del usuario desde el modelo de la confirmación de expectativas: respuesta a algunos interrogantes. Sistema de Información Científica, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, Vol. 14, nº 4, pp. 765-770 Copyright © 2002 Psicothema.
- Manuel, P. P. (2014). Educación superior Universitaria: Calidad Percibido y Satisfacción de los egresados de la Universidad de A Coruña. San Pablo: Departamento de Sociología, Ciencia Política y de la Administración.
- Marcos 9:35. (1988). Reina Valera. En (. M. 9:35). Sociedades Bíblicas en América Latina. Renovado, sociedades Bíblicas unidad.
- Mauro Octavio Tapia Cruz. (2016). El Capital Intelectual factor elemental para la Calidad de Servicios y la Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad de Puno. El Capital Intelectual factor elemental para la Calidad de Servicios y la Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad de Puno.
- Maza, J. V. (2004). Reingeniería y Gestión Municipal.
- Miguel Ángel Mañas Rodríguez, Vicente Martínez Tur y Carolina Purificación Moliner Cantos. (2008). Los tangibles predictores de la satisfacción del usuario en servicios deportivos. ISSN 0214 - 9915 CODEN PSOTEG, 244.
- Montecinos, J. P. (2006). Rol de Expectativas en el Juicio del Consumidor. Revista de Filosofía y Psicología, universidad de Tarapacá Arica - Chile, Volumen 1, N° 14, 2006, pp 195-214.
- Moreno, M. d. (2009). La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del Municipio Libertador del estado de Mérida. Mérida: Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial de la Universidad de los Andes.

- Noriega, A. R. (2016). Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016. Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, 71.
- Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Colombia: INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia.
- Pamies, D. S. (2004). De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente. Madrid: 1° Edición - Enrique Martín Armario Director de la Colección Marketing Estratégico.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2009). Dirección del Marketing. México: Cámara Nacional de la Industria editorial - México.
- Ramón Barrera, José Manuel Ramírez Hurtado. (2006). THE IMPORTANCE OF PERCEIVED SERVICE QUALITY BY THE CUSTOMERS IN A SUPERMARKET ON THE BEHAVIORAL INTENTIONS. Sevilla: Dep. Administración de Empresa y Marketing (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - UNIVERSIDAD DE SEVILLA) y Dpto. de Economía, Métodos Cuantitativos e Historia Económica (UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE - 41013 SEVILLA (SPAIN))
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, María del Pilar Batista Lucio. (2014). Metodología de la Investigación 6ta Edición. México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.; Edificio Punta Santa fe, C.P. 013, México D.F.
- Rosa M. Sánchez-Hernández, Vicente Martínez-Tur, Gloria González-Morales, José M. Peiró. (2009). Un análisis transnivel de las relaciones de la calidad de servicio y la confirmación de expectativas con la satisfacción de los usuarios. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, sistema de Información Científica. Página 421.

- Supo, J. (2014). Seminarios de investigación Científica: Arequipa - Perú.
- Supo, J. (2015). Tipos de estudio en Investigación. México.
- Valera, I. B. (1960). Colosenses 3: 23 - 24.
- Valera, R. (1995). Mateo 20: 28. En Santa Biblia.
- Vavra, T. G. (2002). En Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000. Arturo Soria, 311.28033 - Madrid: F.C. Editorial.
- Vavra, T. G. (2003). ¿Cómo medir la Satisfacción del cliente?
- WHITE, E. G. (s.f.). MENSAJES PARA LOS JÓVENES. En E. G. WHITE.
- WHITE, ELENA G. DE. (s.f.). Mensaje Para los Jóvenes.
- Wladimir Alexander Palacios Zurita, Miryam Elizabeth Félix López, María Piedad Ormaza Murillo. (2016). Medición de la calidad de servicio en una Dirección Financiera Municipal. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador, 9.
- Yelenys Díaz González, Roberto Carmelo Pons García. (2009). "Medición y evaluación de la calidad de servicio percibido: análisis crítico" en Contribuciones a la Economía, octubre 2009. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Cuba - "Contribuciones a la Economía" es una revista académica con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN 1696-8360.
- Zeithaml, Valarie. A. Parasumarán, A. Berry, Leonard L. (1992). Calidad Total en la Gestión de Servicios. Ediciones Díaz de Santos.

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO: RELACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN PERCIBIDO POR LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SANDIA, 2017.

Buenos días/tardes. El presente cuestionario tiene como objetivo recabar información para determinar cuáles son las expectativas y percepciones de los usuarios frente al servicio recibido por el personal en la Municipalidad Provincial de Sandia. El mismo que permitirá conocer el grado relación entre la variable calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017. Por lo cual es vital su participación para el desarrollo de la presente investigación.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y con mucha atención las preguntas que a continuación se presentaran y marque con una(X) la respuesta que crea que es adecuada.

I. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

- | | | | |
|-------------------|-----|---|-----|
| 1. Edad: | | 3. Frecuencia con la que visita la Municipalidad Provincial de Sandia: | |
| De 18 a 24 años | (1) | Primera Vez | (1) |
| De 25 a 30 años | (2) | 1 vez a la semana | (2) |
| De 31 a 35 años | (3) | Más de 2 veces a la semana | (3) |
| De 36 a 40 años | (4) | 1 vez al mes | (4) |
| De 41 a 50 años | (5) | 2 veces al mes | (5) |
| De 51 a 60 años | (6) | Más de 2 veces al mes | (6) |
| Más de 61 años | (7) | | |
| 2. Género: | | | |
| Masculino | (1) | | |
| Femenino | (2) | | |

II. INFORMACIÓN SOBRE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN PERCIBIDO POR LOS USUARIOS

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

V1	CALIDAD DE SERVICIO	1	2	3	4	5
	Elementos tangibles	-	-	-	-	-
1	Las instalaciones de la Municipalidad son visualmente agradables y cómodos	-	-	-	-	-
2	La Municipalidad cuenta con equipos con tecnologías de apariencia moderna	-	-	-	-	-
3	Los materiales de comunicación que utiliza la Municipalidad para la prestación de servicios son visualmente atractivos	-	-	-	-	-
4	El personal de la Municipalidad tienen una apariencia culta	-	-	-	-	-
	Fiabilidad	-	-	-	-	-
5	Cuando tengo problemas en la Municipalidad, el personal muestra un verdadero interés en solucionarlo	-	-	-	-	-
6	En los trámites administrativos de la Municipalidad se cometen errores	-	-	-	-	-
7	En la Municipalidad, las respuestas son en los plazos previstos	-	-	-	-	-
8	La Municipalidad ofrece resultados esperados	-	-	-	-	-
9	El personal de la Municipalidad informa con sinceridad acerca de los servicios que presta	-	-	-	-	-
	Capacidad de respuesta	-	-	-	-	-
10	El personal de la Municipalidad, siempre está dispuesto para ayudarlo	-	-	-	-	-
11	El personal responde a sus preguntas tomándose el tiempo necesario	-	-	-	-	-
12	Existe cooperación entre funcionarios de la Municipalidad para solución de problemas de los usuarios	-	-	-	-	-
13	Los trámites Administrativos en la Municipalidad son rápidos y sencillos	-	-	-	-	-
	Seguridad	-	-	-	-	-
14	Me siento seguro con las transacciones que realizo con la Municipalidad	-	-	-	-	-
15	El personal de la Municipalidad, siempre es amable	-	-	-	-	-
16	Las competencias y destrezas del personal de la Municipalidad es confiable	-	-	-	-	-
17	El personal de la Municipalidad tiene suficiente conocimiento para responder a mis preguntas	-	-	-	-	-
	Empatía	-	-	-	-	-
18	El personal de la Municipalidad hace seguimiento de la solicitud del usuario	-	-	-	-	-
19	La Municipalidad ofrece información y atención personalizada	-	-	-	-	-
20	La Municipalidad tiene un adecuado horario de atención	-	-	-	-	-
21	El personal de la Municipalidad comprende las necesidades específicas del usuario	-	-	-	-	-
22	El personal de la Municipalidad brinda orientación al usuario sobre el procedimiento administrativo	-	-	-	-	-
V2	SATISFACCIÓN PERCIBIDO	1	2	3	4	5

	Rendimiento Percibido	-	-	-	-	-
23	Estoy conforme con el desempeño de los trabajadores de la Municipalidad	-	-	-	-	-
24	Siento que la Municipalidad se ha identificado conmigo	-	-	-	-	-
25	Me siento cómodo con el ambiente físico que ofrece la Municipalidad	-	-	-	-	-
26	Los requerimiento presentados fueron resueltos en los plazos esperados	-	-	-	-	-
27	La unidad de tramite documentario de la Municipalidad realiza el seguimiento de las solicitudes y requerimientos	-	-	-	-	-
	Expectativas	-	-	-	-	-
28	Valoro el esfuerzo con que desempeñan los trabajadores de la Municipalidad	-	-	-	-	-
29	La calidad de atención recibida de la Municipalidad es lo que esperaba	-	-	-	-	-
30	Valoro la experiencia obtenida en la Municipalidad	-	-	-	-	-
31	La Municipalidad cumple con los compromisos y propuestas para mejorar los servicios	-	-	-	-	-
32	Estoy satisfecho con la atención de los servicios públicos de la Municipalidad	-	-	-	-	-
	Nivel de Satisfacción	-	-	-	-	-
33	Me siento satisfecho por las tasas de pago impuestas por la Municipalidad	-	-	-	-	-
34	Me siento satisfecho por el servicio prestado por el personal de la Municipalidad	-	-	-	-	-
35	Los horarios establecidos por la Municipalidad son las que se acomodan para mis requerimientos	-	-	-	-	-
36	Me complace la cortesía de los trabajadores de la Municipalidad	-	-	-	-	-
37	Me satisface el resultado obtenido de los servicios por la Municipalidad	-	-	-	-	-

ANEXO B: MATRIZ INSTRUMENTAL

Título: RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN PERCIBIDO POR LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SANDIA, 2017.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos tangibles	Las instalaciones de la Municipalidad son visualmente agradables y cómodos	Cuestionario
		La Municipalidad cuenta con equipos con tecnologías de apariencia moderna	
		Los materiales de comunicación que utiliza la Municipalidad para la prestación de servicios son visualmente atractivos	
		El personal de la Municipalidad tienen una apariencia culta	
	Fiabilidad	Cuando tengo problemas en la Municipalidad, el personal muestra un verdadero interés en solucionarlo	
		En los trámites administrativos de la Municipalidad se cometen errores	
		En la Municipalidad, las respuestas son en los plazos previstos	
		La Municipalidad ofrece resultados esperados	
		El personal de la municipalidad informa con sinceridad acerca de los servicios que presta	
	Capacidad de respuesta	El personal de la Municipalidad, siempre está dispuesto para ayudarlo	
		El personal responde a sus preguntas tomándose el tiempo necesario	
		Existe cooperación entre funcionarios de la Municipalidad para solución de problemas de los usuarios	
		Los trámites Administrativos en la Municipalidad son rápidos y sencillos	
	Seguridad	Me siento seguro con las transacciones que realizo con la Municipalidad	
		El personal de la Municipalidad, siempre es amable	
		Las competencias y destrezas del personal de la Municipalidad es confiable	
		El personal de la Municipalidad tiene suficiente conocimiento para responder a mis preguntas	
	Empatía	El personal de la Municipalidad hace seguimiento de la solicitud del usuario	
		La Municipalidad ofrece información y atención personalizada	

		La Municipalidad tiene un adecuado horario de atención	
		El personal de la Municipalidad comprende las necesidades específicas del usuario	
		El personal de la Municipalidad brinda orientación al usuario sobre el procedimiento administrativo	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
SATISFACCIÓN PERCIBIDO	Rendimiento percibido	Estoy conforme con el desempeño de los trabajadores de la Municipalidad	Cuestionario
		Siento que la Municipalidad se ha identificado conmigo	
		Me siento cómodo con el ambiente físico que ofrece la Municipalidad	
		Mis requerimientos presentados fueron resueltos en los plazos esperados	
		La unidad de trámite documentario de la Municipalidad realiza el seguimiento de las solicitudes y requerimientos	
	Expectativas	Valoro el esfuerzo con que desempeñan los trabajadores de la Municipalidad	
		La calidad de atención recibida de la Municipalidad es lo que esperaba	
		Valoro la experiencia obtenida en la Municipalidad	
		La Municipalidad cumple con los compromisos y propuestas para mejorar los servicios	
		Estoy satisfecho con la atención de los servicios públicos de la Municipalidad	
	Nivel de satisfacción	Me siento satisfecho por las tasas de pago impuestas por la Municipalidad	
		Me siento satisfecho por el servicio prestado por el personal de la Municipalidad	
		Los horarios establecidos por la Municipalidad son los que se acomodan para mis requerimientos	
		Me complace la cortesía de los trabajadores de la Municipalidad	
		Me satisface el resultado obtenido de los servicios por la Municipalidad	

ANEXO C: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN PERCIBIDO POR LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SANDIA, 2017.

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA AS	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS
Relación entre la calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios en la municipalidad Provincial de Sandia, 2017.	<u>Problema General.</u> ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017?	<u>Objetivo general</u> Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017.	<u>Hipótesis general</u> La calidad de servicio tiene una relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017.	<u>Tipo de investigación</u> Cuantitativo	V.1: Calidad de Servicio Dimensiones: Tangibilidad Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía
	<u>Problemas Específicos</u> ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017? ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017? ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017? ¿Cuál es la relación entre la seguridad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017? ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017?	<u>Objetivos específicos</u> Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017.	<u>Hipótesis específicos</u> Los elementos tangibles poseen relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. La fiabilidad posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. La capacidad de respuesta posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. La seguridad posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017. La empatía posee relación significativa con la satisfacción percibido por los usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia en el 2017.	<u>Diseño</u> No experimental transversal descriptivo – Correlacional, Población: La población está constituida en función a la proyección poblacional del censo realizado en el año 2007, con una tasa de crecimiento del 1.56%.; con una muestra de 381 Usuarios quienes serán encuestados.	

ANEXO D: ANÁLISIS FACTORIAL COMUNALIDADES: CALIDAD DE SERVICIO

Análisis Factorial – Comunalidades

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
Las instalaciones de la Municipalidad son visualmente agradables y cómodos	1.000	.784
La Municipalidad cuenta con equipos con tecnologías de apariencia moderna	1.000	.699
Los materiales de comunicación que utiliza la Municipalidad para la prestación de servicios son visualmente atractivos	1.000	.839
El personal de la Municipalidad tienen una apariencia culta	1.000	.747
Cuando tengo problemas en la Municipalidad, el personal muestra un verdadero interés en solucionarlo	1.000	.664
En los trámites administrativos de la Municipalidad no se cometen errores	1.000	.692
En la Municipalidad, las respuestas son en los plazos previstos	1.000	.692
La Municipalidad ofrece resultados esperados	1.000	.617
El personal de la municipalidad informa con sinceridad acerca de los servicios que presta	1.000	.793
El personal de la Municipalidad, siempre está dispuesto para ayudarlo	1.000	.771
El personal responde a sus preguntas tomándose el tiempo necesario	1.000	.699
Existe cooperación entre funcionarios de la Municipalidad para solución de problemas de los usuarios	1.000	.704
Los trámites Administrativos en la Municipalidad son rápidos y sencillos	1.000	.824
Me siento seguro con las transacciones que realizo con la Municipalidad	1.000	.811
El personal de la Municipalidad, siempre es amable	1.000	.693
Las competencias y destrezas del personal de la Municipalidad es confiable	1.000	.776
El personal de la Municipalidad tiene suficiente conocimiento para responder a mis preguntas	1.000	.761
El personal de la Municipalidad hace seguimiento de la solicitud del usuario	1.000	.795
La Municipalidad ofrece información y atención personalizada	1.000	.637
La Municipalidad tiene un adecuado horario de atención	1.000	.739
El personal de la Municipalidad comprende las necesidades específicas del usuario	1.000	.721
El personal de la Municipalidad brinda orientación al usuario sobre el procedimiento administrativo	1.000	.904

Método de extracción: análisis de componentes principales.



Madeleine N. Ticona Candori
 ING. ESTADÍSTICO e INFORMÁTICO
 CIP. N° 156018

ANEXO E: ALFA DE CRONBACH; CALIDAD DE SERVICIO

Alfa de Cronbach
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.903	22


 Madelaine N. Torres Coedert
ING. ESTADÍSTICO e INFORMÁTICO
CIP. N° 156018

ANEXO F: ANÁLISIS FACTORIAL; SATISFACCIÓN PERCIBIDA

Análisis Factorial – Comunalidades

	Inicial	Extracción
Estoy conforme con el desempeño de los trabajadores de la Municipalidad	1.000	.733
Siento que la Municipalidad se ha identificado conmigo	1.000	.642
Me siento cómodo con el ambiente físico que ofrece la Municipalidad	1.000	.642
Mis requerimientos presentados fueron resueltos en los plazos esperados	1.000	.605
La unidad de trámite documentario de la Municipalidad realiza el seguimiento de las solicitudes y requerimientos	1.000	.635
Valoro el esfuerzo con que desempeñan los trabajadores de la Municipalidad	1.000	.644
La calidad de atención recibida de la Municipalidad es lo que esperaba	1.000	.588
Valoro la experiencia obtenida en la Municipalidad	1.000	.703
La Municipalidad cumple con los compromisos y propuestas para mejorar los servicios	1.000	.787
Estoy satisfecho con la atención de los servicios públicos de la Municipalidad	1.000	.750
Me siento insatisfecho por las tasas de pago impuestas por la Municipalidad	1.000	.744
Me siento satisfecho por el servicio prestado por el personal de la Municipalidad	1.000	.804
Los horarios establecidos por la Municipalidad son los que se acomodan para mis requerimientos	1.000	.541
Me complace la cortesía de los trabajadores de la Municipalidad	1.000	.845
Me satisface el resultado obtenido de los servicios por la Municipalidad	1.000	.808

Método de extracción: análisis de componentes principales.

ANEXO G: ALFA DE CRONBACH; SATISFACCIÓN PERCIBIDA

Alfa de Cronbach Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.822	15



 Madeleine N. Ticona Condori
 ING. ESTADÍSTICO e INFORMÁTICO
 CIP: N° 156018