

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA**  
**FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO**  
**EMPRESARIAL**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y**  
**DESARROLLO SOCIAL**



**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS**  
**DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN,**  
**JULIACA**

**Edith Tapia Apaza**

**Tesis para optar el título de:**  
**Licenciado en Gestión Pública y Desarrollo Social**

**Asesor: Dr. Enrique Gualberto Parillo Sosa**



**Juliaca - Perú, 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA**  
**FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO**  
**EMPRESARIAL**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y**  
**DESARROLLO SOCIAL**



**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS**  
**DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN,**  
**JULIACA**

Edith Tapia Apaza

**Tesis para optar el título de:**  
**Licenciado en Gestión Pública y Desarrollo Social**

Asesor: Dr. Enrique Gualberto Parillo Sosa



**Juliaca - Perú, 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA**  
**FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO**  
**EMPRESARIAL**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y**  
**DESARROLLO SOCIAL**



**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS**  
**DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN,**  
**JULIACA**

Edith Tapia Apaza

Tesis para optar el título de:  
Licenciado en Gestión Pública y Desarrollo Social

Asesor: Dr. Enrique Gualberto Parillo Sosa

Juliaca - Perú, 2023

Tapia-Apaza, E. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de Juliaca. Juliaca.

**AUTOR:** Tapia Apaza, Edith.

**TÍTULO:** Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca.

**PUBLICACIÓN:** Juliaca, 2023

**DESCRIPCIÓN:** Cantidad de páginas (94 pp.)

**NOTA:** Tesis de la Escuela Profesional de Gestión Pública y Desarrollo Social – Universidad Nacional de Juliaca.

**CÓDIGO:** 05-000088-05/T21

**NOTA:** Incluye bibliografía.

**ASESOR:** Dr. Enrique Gualberto Parillo Sosa

**PALABRAS CLAVE:**

Calidad de servicio, capacidad de respuesta, elementos tangibles, empatía, fiabilidad, satisfacción de los usuarios, seguridad.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA

FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE GESTION PÚBLICA Y DESARROLLO SOCIAL

“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE LA  
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN, JULIACA”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN GESTIÓN PÚBLICA Y  
DESARROLLO SOCIAL

Presentada por:

Edith Tapia Apaza

Sustentada y aprobada ante el siguiente jurado:

Dra. Vilma Valeriana Tapia Ccallo  
PRESIDENTE DE JURADO



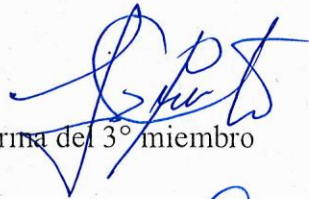
Firma del presidente

Dr. José Oscar Huanca Frías  
JURADO



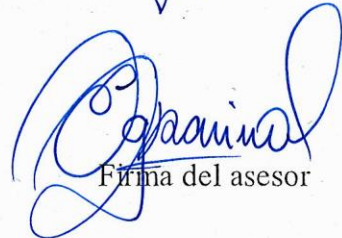
Firma del 2do miembro

Dr. Juan Mauricio Pilco Churata  
JURADO



Firma del 3° miembro

Dr. Enrique Gualberto Parillo Sosa  
ASESOR



Firma del asesor

NOMBRE DEL TRABAJO

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION  
DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD  
PROVINCIAL DE SAN ROMAN, JULIACA**

AUTOR

**Edith Tapia Apaza**

RECUENTO DE PALABRAS

**18271 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**100931 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**94 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**7.3MB**

FECHA DE ENTREGA

**Aug 29, 2024 9:07 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Aug 29, 2024 9:09 AM GMT-5**

### ● 9% de similitud general

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

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



*MSc. Gustavo Luis Vilca Colquehuanca*  
Responsable de la Unidad de Investigación  
Facultad de Gestión y Emprendimiento Empresarial  
**U.N.A.J.**

## **DEDICATORIA**

A mi madre Delia, por su cariño y sacrificio.

A mi familia por su cariño infinito, amor, comprensión y enseñanzas que me inspiraron.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Nacional de Juliaca, institución en donde me forme profesionalmente, en donde se me brindó la orientación para desarrollar la tesis de manera profesional e incondicional.

Al Dr. Enrique Parillo Sosa, quien amablemente me proporcionó asesoramiento de manera profesional, lo cual fue fundamental para la conclusión exitosa de la presente investigación.

Al Dr. José Oscar Huanca Frías, por sus orientaciones a lo largo de todo este proceso de elaboración de la tesis.

Al Dr. Abraham Contreras Vargas, Mg. Carmen Eliza Zela Pacori, Dr. Octavio Condori Mamani, quienes contribuyeron en la validación de los instrumentos de la presente investigación.

A quienes contribuyeron durante todo este proceso.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Agradecimiento	5
Índice de contenido	6
Índice de tablas	8
Índice de figuras	9
Índice de anexos	10
Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
Capítulo I	
Planteamiento del problema	14
1.1 Problema de investigación	14
1.2 Preguntas de investigación	15
1.2.1 Pregunta general	15
1.2.2 Preguntas específicas	15
1.3 Objetivos de investigación	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 Justificación	16
Capítulo II	
Revisión de literatura	18
2.1 Antecedentes	18
2.1.1 Internacional	18
2.1.2 Nacional	19
2.1.3 Regional	21
2.2 Marco teórico	22
2.2.1 Calidad de servicio	22
2.2.2 Características de servicio	24
2.2.3 Modelo SERVQUAL	24
2.2.4 Dimensiones de calidad de servicio e indicadores	25
2.2.5 Satisfacción del usuario	30
2.2.6 Niveles de satisfacción	31
2.2.7 Características de satisfacción	31

2.2.8 Dimensiones de satisfacción del usuario e indicadores	32
2.3 Marco conceptual	36
2.4 Hipótesis de investigación	37
2.4.1 Hipótesis general	37
2.4.2 Hipótesis específicas	37
2.5 Variables de investigación / categorías de análisis	38
Capítulo III	
Materiales y métodos	40
3.1 Diseño de investigación	40
3.2 Ámbito de estudio	40
3.3 Población y muestra	40
3.4 Recolección de datos	42
3.5 Análisis de datos	42
3.6 Confiabilidad	43
3.7 Prueba de normalidad	43
Capítulo IV	
Resultados y discusión	44
4.1 Resultados	44
4.1.1 Contrastación de hipótesis general	44
4.1.2 Contrastación de hipótesis específica 1	47
4.1.3 Contrastación de hipótesis específica 2	49
4.1.4 Contrastación de hipótesis específica 3	51
4.1.5 Contrastación de hipótesis específica 4	53
4.1.6 Contrastación de hipótesis específica 5	55
4.2 Discusión	57
Conclusiones	61
Recomendaciones	63
Referencias	64
Anexos	70

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de variables	38
Tabla 2	Sexo de los usuarios encuestados de la MPSRJ	41
Tabla 3	Análisis del Alfa de Cronbach	43
Tabla 4	Evaluación de normalidad de las variables	43
Tabla 5	Correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios	44
Tabla 6	Nivel de asociación entre las variables de investigación	45
Tabla 7	Nivel de calidad de servicio que brinda la MPSRJ	45
Tabla 8	Nivel de satisfacción de los usuarios de la MPSRJ	46
Tabla 9	Correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios	47
Tabla 10	Nivel de asociación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción de los usuarios	47
Tabla 11	Correlación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios	49
Tabla 12	Nivel de asociación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los usuarios	50
Tabla 13	Correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios	51
Tabla 14	Nivel de asociación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción de los usuarios	52
Tabla 15	Correlación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios	53
Tabla 16	Nivel de asociación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los usuarios	54
Tabla 17	Correlación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios	55
Tabla 18	Nivel de asociación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción de los usuarios	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Nivel de elementos tangibles de la MPSRJ	48
Figura 2	Nivel de fiabilidad de los servidores públicos en la MPSRJ	50
Figura 3	Nivel de capacidad de respuesta de los servidores públicos de la MPSRJ	52
Figura 4	Nivel de seguridad de los servidores públicos de la MPSRJ	54
Figura 5	Nivel de empatía de los servidores públicos de la MPSRJ	56

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Listado de acrónimos y/o abreviaturas	70
Anexo 2	Matriz de consistencia	71
Anexo 3	Rango del coeficiente de fiabilidad de Kuder Richardson	73
Anexo 4	Análisis del coeficiente de correlación de Spearman	74
Anexo 5	Estadísticos descriptivos de las dimensiones de la variable satisfacción de los usuarios	75
Anexo 6	Instrumento	80
Anexo 7	Validación del instrumento – Experto N° 1	84
Anexo 8	Validación del instrumento – Experto N° 2	86
Anexo 9	Validación del instrumento – Experto N° 3	88
Anexo 10	Prueba binomial de validez de instrumento de investigación	90
Anexo 11	Evidencia corroborativa de la base de datos (digitalización de encuestas)	91
Anexo 12	Evidencia corroborativa de la base de ejecución de resultados en el programa estadístico IBM SPSS (versión 25)	92

## RESUMEN

Este estudio se propuso determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, en el año 2021. Tuvo un enfoque cuantitativo, correlacional, utilizando un diseño no experimental, con un corte transversal. La población estuvo constituida por 156 256 pobladores, mientras que el tamaño de la muestra consta de 383 usuarios, determinado mediante un muestreo probabilístico. Para la obtención de datos, se utilizaron encuestas con cuestionarios estructurados. Se aplicó el Rho como coeficiente de correlación, para obtener la relación. Los resultados revelaron que el 69% de usuarios participantes considera regular la calidad del servicio que brinda la entidad, y el 72% percibe la satisfacción de los usuarios en el mismo nivel. Se concluyó que, con un p valor de = 0.000, < a 0.05, afirma la existencia de una significativa relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. Además, se identificó una muy alta correlación positiva, de 0.813, entre las dos variables, lo que indica que las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía están fuertemente vinculadas con la satisfacción de los usuarios.

**Palabras clave:** calidad de servicio, capacidad de respuesta, elementos tangibles, empatía, fiabilidad, satisfacción de los usuarios, seguridad.

## ABSTRACT

This study aimed to determine the relationship between service quality and user satisfaction at the Provincial Municipality of San Román, Juliaca, in 2021. It employed a quantitative, correlational approach, using a non-experimental design with a cross-sectional cut. The population consisted of 156,256 residents, while the sample size comprised 383 users, determined through probabilistic sampling. Data were collected using surveys with structured questionnaires. The Rho coefficient was used to measure the correlation and obtain the relationship. The results revealed that 69% of the participating users rated the quality of the service provided by the entity as average, and 72% perceived user satisfaction at the same level. It was concluded that with a p-value of 0.000, which is less than 0.05, there is a significant relationship between service quality and user satisfaction. Additionally, a very high positive correlation of 0.813 was identified between the two variables, indicating that the dimensions of tangible elements, reliability, responsiveness, assurance, and empathy are strongly linked with user satisfaction.

**Keywords:** service quality, responsiveness, tangible elements, empathy, reliability, user satisfaction, security.

## INTRODUCCIÓN

Brindar un buen servicio al cliente es esencial para asegurar la satisfacción de quienes visitan instituciones, ya sean públicas o privadas. Este servicio no solo ayuda a atraer a más personas, sino que también contribuye a mantener la fidelidad de los clientes hacia la institución. Por eso, es fundamental que todas las instituciones cuenten con una sala de espera cómoda, folletos accesibles, personal con uniforme, atención personalizada y rápida, y que cumplan con los plazos establecidos para los trámites. Estas prácticas son clave para cumplir con las expectativas de los clientes cuando acuden a dichas instituciones.

En este sentido, los procesos internos deben ser ágiles y precisos, el personal debe estar bien capacitado, y es importante evaluar regularmente la calidad del servicio a través de mediciones mensuales. Esto no solo beneficia a los usuarios, sino que también permite realizar mejoras constantes en beneficio de la institución.

Este estudio de investigación está organizado en los siguientes:

Capítulo I, se lleva a cabo una exposición del problema, definición de la problemática, determinación de los objetivos y la justificación.

Capítulo II, se abordan los antecedentes, se establece el marco teórico y se formula las hipótesis.

Capítulo III, se explica los materiales y métodos que comprende: Enfoque, alcance y diseño, además se describe el ámbito de estudio, la población y la muestra, además de las técnicas y herramientas para la recopilación de datos, el procesamiento de datos, la fiabilidad, la prueba de normalidad y el nivel de medición de relación de variables.

Capítulo IV, contiene los resultados y discusión, posteriormente se muestra las conclusiones y recomendaciones y finalmente se encuentran los anexos que incorporan documentos adicionales que respaldan la investigación.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En todo el mundo, en distintas instituciones, de diferentes ámbitos, la calidad del servicio se convirtió en un aspecto crucial tanto para entidades públicas como privadas. La implementación de prácticas orientadas a la satisfacción del cliente es esencial, ya que influye en la continuación de su preferencia por los servicios o productos ofrecidos por una institución, así como en la posibilidad de recomendarlos a otros. No obstante, no todas las instituciones le otorgan la debida importancia o la desarrollan adecuadamente, lo que resulta en la incomodidad de los clientes y, como consecuencia, en la pérdida de estos. En este contexto, la calidad del servicio emerge como un elemento crucial en todas las instituciones, ya sean públicas o privadas (Huancollo, 2018).

En la ciudad de Quetzaltenango, Guatemala, un estudio llevado a cabo por Reyes (2014) exploró la calidad de servicio proporcionada por ciertas empresas privadas y su relación con la satisfacción de los usuarios. Durante la investigación, se identificaron problemas relacionados con la distribución de los espacios, la calidad del trato ofrecido y el tiempo dedicado a la atención de los usuarios. Además, se registraron las incomodidades experimentadas por los usuarios, incluyendo la demora en la atención y la forma en que eran tratados. Estos problemas resultaron en dificultades para las empresas en la atracción y retención de clientes, generando pérdidas en su base de clientes.

En la región de América Latina, se observa una brecha considerable entre las instituciones estatales y la ciudadanía, generando problemas persistentes que se intensifican al no encontrar soluciones para acortar esa separación. En Argentina, específicamente en la Municipalidad de La Plata, Di Ciano (2013) llevó a cabo un estudio enfocado en la calidad de servicio. La conclusión alcanzada reveló que los desafíos en la interacción con las personas se deben principalmente a deficiencias en la comunicación. En numerosas ocasiones, se observa una deficiencia al escuchar a los usuarios y solicitantes, lo que limita al personal a ofrecer opciones de solución insuficientes para abordar los problemas presentados por los usuarios.

En la investigación realizada por Medina et al. (2015), abordaron las expectativas tanto de los usuarios y de los departamentos sus directores con respecto a la atención ofrecida en la Municipalidad de Ñiquén, Chile, en donde se evidenciaron problemas similares, se destacan las extensas esperas y la atención burocrática característica de la entidad.

A nivel nacional, según los estudios realizados por IPSOS en 2016, se identificaron las tres principales barreras que obstaculizan una gestión pública aceptable por parte del Estado. Estas son el exceso de procesos burocráticos con un 44%, la falta de coordinación intersectorial con un 42%, y la presencia de personal ineficiente con un 29%. Estos hallazgos reflejan un nivel de aceptación ciudadana hacia la gestión pública bastante bajo. A pesar de estos resultados, existe la esperanza de que las instituciones gubernamentales implementen las mejoras necesarias para proporcionar un servicio de calidad (Machaca & Mamani, 2021).

El reporte de la Defensoría del Pueblo (2022) de la región de Puno destaca que, a lo largo del año 2021, las municipalidades provinciales fueron las entidades más señaladas en cuanto a quejas. Específicamente, señala que la Municipalidad Provincial de San Román fue una de las instituciones que recibió un mayor número de quejas por parte de los usuarios. En este contexto, la Municipalidad Provincial de San Román, como entidad pública con metas a cumplir, se enfrenta a la importancia crucial de ofrecer una calidad de servicio óptima y establecer una conexión significativa con la satisfacción de cada usuario que interactúa con la entidad.

## **1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1 Pregunta general**

- ¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021?

### **1.2.2 Preguntas específicas**

- ¿Cómo se relaciona los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021?

- ¿Cómo se relaciona la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021?
- ¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021?
- ¿Cómo se relaciona la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021?
- ¿Cómo se relaciona la empatía y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021?

### **1.3 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1 Objetivo general**

- Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Identificar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.
- Identificar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.
- Identificar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.
- Identificar la relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.
- Identificar la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

En el presente estudio se fundamenta en la problemática en torno a la calidad de servicio brindada en diferentes instituciones, y específicamente la MPSRJ no está exenta de esta realidad, lo que genera preocupación, por lo tanto, este estudio adquiere una relevancia significativa al proporcionar la oportunidad de comprender, reflexionar y abordar dicho problema. Que tiene como fin motivar a la entidad a tomar medidas y decisiones

fundamentadas para mejorar el servicio proporcionado a los usuarios. En ese sentido, el estudio procuró definir los siguientes criterios para enfatizar la importancia del estudio:

### **A nivel teórico**

El presente estudio aportará al desarrollo de nuevos conocimientos teóricos mediante investigaciones actualizadas, fortaleciendo así la base teórica de la investigación. asimismo, la recopilación de datos permitirá establecer estrategias, además al evaluar las expectativas del usuario, este estudio contribuirá a determinar la situación actual de la entidad pública.

### **A nivel social**

La obtención de resultados a través de este estudio proporcionará una comprensión más profunda de la problemática, con el objetivo de informar a la entidad sobre estos hallazgos y tomar las acciones necesarias para mejorar los servicios proporcionados, lo que repercutirá positivamente en la población.

### **A nivel práctico**

El trabajo de investigación pretende dar definiciones claras de calidad y satisfacción del usuario, así como explorar la relación entre ambas variables. Además, busca destacar la importancia fundamental de comprender y analizar estas variables para obtener una visión más completa de su valor. Se espera que contribuya a la mejora de las instituciones y entidades públicas, brindando conocimientos que puedan ser aplicados para elevar el estándar de servicio ofrecido a los usuarios.

### **A nivel metodológico**

Se utilizará la metodología del proceso de investigación, la información se recopilará mediante cuestionarios adaptados, y se aplicarán pruebas de hipótesis para obtener resultados significativos. Este estudio se justifica al ayudarnos a fortalecer los aspectos teóricos y las bases de conocimiento relacionados con la problemática.

## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1 ANTECEDENTES

##### 2.1.1 Internacional

Reyes y Veliz (2021) en su estudio de investigación titulada “Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa que tuvo como finalidad la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente”. El enfoque metodológico fue cuantitativo, descriptivo y no experimental. La población en estudio comprendía a 606 usuarios, y se trabajó con una muestra de 236 usuarios. Los resultados destacaron factores cruciales como actitud positiva y apariencia, respuesta a la brevedad y aun atención específica, instalaciones confortables, los cuales se correlacionaron positivamente las dos variables. Asimismo, se observó que los clientes identificaron la necesidad de actualizar maquinaria y equipos, aunque expresaron estar satisfechos con lo brindado por la entidad. En conclusión, se encontró entre ambas variables una relación significativa.

Silva et al. (2021) en su investigación titulada “La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México, en donde tuvo como propósito establecer la relación entre la variable calidad del servicio, satisfacción y fidelidad del cliente”. Como resultado se detectó una significativa correlación entre las variables calidad y satisfacción (0.820) y fidelidad del cliente (0.803). Asimismo, se identificó la asociación entre la tangibilidad, la satisfacción  $Rho = 0.910$ , y la lealtad del cliente ( $Rho = 0.919$ ). Por otro lado, en el análisis factorial, se observó que el autovalor es superior a 1 en los cinco primeros casos, donde el porcentaje de la varianza alcanza un valor máximo de 54.886 % en su primer factor. Entonces, con cinco factores se consigue explicar un 73.713 % de la varianza de todos los datos originales. Se confirmó que, a través de una mejor atención y servicio al cliente, la calidad en el servicio constituye una excelente herramienta para la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.

Conde (2020) en su investigación titulada “Calidad de atención y satisfacción del usuario en el servicio de emergencia del Hospital del Niño Dr. Francisco de Icaza Bustamante, Guayaquil– Ecuador, 2020, que tuvo como objetivo establecer la relación entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario”, se aplicó la técnica de la encuesta a una población de 9175 que constó de 168 usuarios como muestra. Los hallazgos indicaron que un 37% de encuestados indican la calidad de atención como deficiente, y dentro de este segmento, el 28.6% expresó insatisfacción. El 40.5% la calificó en un nivel medio, y de este porcentaje, el 31.5% estuvo medianamente satisfecho. El 22.0% la calificó en un nivel alto, y dentro de este grupo, el 17.3% se encontró satisfecho. De igual manera ambas variables presentaron una correlación positiva  $Rho= 0.888$  y un p valor 0.000. indicando una intensidad de correlación alta.

Santamaría y Gancino (2020). En su estudio de investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, que tuvo como finalidad establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente” fue de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo. Se utilizó un cuestionario como instrumento, aplicándolo a una muestra compuesta por 379 usuarios. Los resultados mostraron una correlación de Pearson con un valor de  $r= 0.738$  y un p valor de 0.000 al examinar la relación entre ambas variables, es decir existe una significativa y positiva relación entre las variables mencionadas.

### **2.1.2 Nacional**

Loza (2022) En su trabajo de investigación titulada “Calidad del servicio y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de San Juan de Castrovirreyna, año 2021, que tuvo como finalidad determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario”. Obtuvo como resultado una positiva y fuerte correlación de  $Rho= 0.892$  entre las variables estudiadas. La intensidad de la relación, indica que se trata de una relación positiva fuerte, lo que significa que mejorar la excelencia del servicio se traduce en incrementos significativos en la satisfacción de los usuarios.

Roncal (2022) en la investigación denominada “Calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de El Tambo, Huancayo, 2021, que tuvo como propósito

establecer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad distrital de Huancayo”. Se aplicó el enfoque cuantitativo, tuvo un nivel descriptivo-correlacional. La población estuvo compuesta por 1000 usuarios de la municipalidad, y se determinó como muestra 280 usuarios. Como resultados se reveló que el 70% de encuestados percibió la calidad de servicio brindada por la entidad, entre mala y regular, asimismo el 77% considera que la satisfacción obtenida después de realizar trámites es mala o regular. En consecuencia, se concluyó que existe una correlación de Spearman de 0.428, por lo que se infiere que ambas de estudio variables poseen una relación directa y moderada.

López (2021) en el trabajo de investigación denominada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de mesa de partes de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020, que tuvo por objetivo, determinar la relación de la calidad de Servicio y satisfacción del usuario del área del Mesa de Partes de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020”; la metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo – correlacional, con un diseño no experimental y de corte transversal. Como resultado se encontró relación positiva y significativa Rho de 0.782; y con un valor p de 0.000 entre ambas variables en la entidad referida, por lo que se concluyó que mantener estándares de calidad en el servicio que se ofrece a los usuarios favorece a la satisfacción que puedan presentar.

Sánchez (2021) en su investigación que lleva por título "Percepción de la Calidad de atención y su relación con la Satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Arequipa 2020”, tuvo como objetivo determinar la relación que pueda existir o no entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de dicha entidad. El enfoque utilizado fue el cuantitativo, con un nivel descriptivo - correlacional. La muestra constó de 385 usuarios, y se empleó el coeficiente de Spearman Rho para analizar la correlación. Los resultados arrojaron un 0.864 de relación con una sig. menor a 0.05, lo que afirma una relación alta y positiva entre sus variables. Lo que señala que al brindar una atención de calidad elevaría el grado de satisfacción del ciudadano.

### 2.1.3 Regional

Hallasi (2021) en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario/ria del centro emergencia mujer en comisaria Puno, 2019, que tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario/ria”. Tuvo una población de 344 usuarios/rias atendidos de enero a setiembre del 2019 y consta de una muestra probabilística proporcional de 112 usuarios/rias. Como resultados obtuvieron que la calidad de servicio fue un 77.7% alta y un 22.3% moderado o medio. La satisfacción del usuario fue un 72.3% alta y un 27.7% moderada o media, concluyendo que con un Rho de 0.654 se afirmó una positiva y directa relación entre las variables estudiadas en el Centro de Emergencia Mujer en Comisaría Puno.

Mamani (2019) en su estudio denominado “Relación entre la calidad de servicio y satisfacción percibido por los usuarios en la municipalidad provincial de Sandia, 2017 cuyo objetivo fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción percibido por los usuarios en la entidad referida”. Que tuvo como resultado un 0.434 correlación de Spearman, con lo que se afirmó una moderada correlación entre ambas variables. Asimismo, un 72% de encuestados calificaron como regular los servicios municipales.

Benavente (2019) en su estudio denominada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Servicios al Contribuyente SUNAT Puno 2018, que tuvo como propósito estudiar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la entidad mencionada”. Se utilizó el enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo. Constó de una muestra de 83 contribuyentes. Se utilizó la encuesta para la obtención de datos, y la entrevista. Como resultado arrojó que la excelencia de servicio tiene un impacto positivo en el grado de satisfacción del usuario. En consecuencia, se debe centrarse en mejorar la excelencia en el servicio para mejorar el grado de conformidad.

Huancollo (2018) En su estudio titulado “Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017, tuvo como objetivo establecer la asociación entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la entidad mencionada”. Se utilizó el enfoque cuantitativo y tuvo un nivel correlacional. Constó de una muestra de 374 usuarios. Como resultados se mostró que un 94% a los que se encuestaron, reportó un grado medio de calidad y un 95% reportó que se sitúan en el nivel

medio de satisfacción. Finalmente se concluyó que un p valor de 0.000 y un Rho de 0.654 se confirmó una significativa asociación entre ambas variables.

## **2.2 MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1 Calidad de servicio**

Maguiña, (2018) define como “La impresión que una persona tiene al adquirir un servicio, comenzando por la observación del entorno físico, la infraestructura, la atención recibida, la tecnología disponible y la información proporcionada por la entidad prestadora”. Es imperativo que estos aspectos sean objeto de mejoras constantes para adecuarse a las expectativas y necesidades del usuario o cliente. De esta manera, se garantiza que los procedimientos se ajusten de manera efectiva con la demanda y las expectativas de los usuarios.

La calidad se alcanza cuando una organización logra cumplir las expectativas de una persona, lo que contribuirá a la reducción de quejas y reclamos, lo cual implica que el personal de la entidad debe estar debidamente capacitado para proporcionar la información requerida por el usuario. Es crucial evitar el mal trato, los retrasos en la atención y, en última instancia, la insatisfacción del ciudadano (Maguiña, 2018).

Stanton et al. (2007) señala que los servicios son actividades intangibles e identificables que constituyen principalmente el elemento central en una transacción ideada con el propósito de satisfacer los deseos o necesidades del cliente.

La prestación de un servicio implica la realización de una actividad relacionada con un producto o algo intangible, que se concentran en el usuario, todo orientado hacia la consecución de una mejora continua, según las directrices de la Organización Internacional de Estandarización (Navarro & Lozano, 2018).

Autores como Zeithaml et al. (1993) indican que “la calidad de servicio es la discrepancia entre las expectativas de los clientes y sus percepciones efectivas”. Esta definición destaca la necesidad de identificar y medir un conjunto de factores, ya que los usuarios no suelen

conocer las especificaciones exactas, sino que evalúan la calidad en función de sus expectativas.

La calidad surge desde el interior de la organización. Por ende, al capacitar a los individuos, especialmente a los líderes que supervisan a otros, este entrenamiento se traduce en beneficios multiplicados para la empresa y se refleja en una mayor calidad. En esencia, esto implica que el valor añadido a un bien es el resultado directo del servicio (Navarro & Lozano, 2018).

Armand Feigenbaum sentó las bases de una teoría fundamental que los líderes empresariales adoptaron para lograr productos óptimos. Sus principios clave incluyen:

1. Establecer claramente las especificaciones de lo que se espera de un bien o servicio.
2. Orientar a todos los miembros de la organización para satisfacer las necesidades del comprador.
3. Tomar las medidas necesarias para alcanzar los objetivos, fomentando la unidad y colaboración en toda la organización.
4. Distribuir eficientemente el personal para que cada miembro cumpla con sus funciones.
5. Utilizar equipos para controlar los procesos y garantizar la obtención del producto deseado.
6. Dar prioridad a la información y la comunicación como factores clave dentro de la empresa.
7. Fomentar el interés de los gerentes en la calidad en todos los niveles de la organización.
8. Corregir de manera efectiva cuando los objetivos no se cumplen, tomando en cuenta los estándares predefinidos (Navarro & Lozano, 2018).

La investigación de Zeithaml et al. (1993) destaca varios factores clave los cuales son:

**a) Aptitud del personal:** La competencia y habilidades del personal son fundamentales para proporcionar servicios adecuados, asegurando que tengan el conocimiento necesario sobre los productos y servicios de la institución.

**b) Accesibilidad:** En la actualidad, la facilidad de acceso a los servicios es esencial, adaptándose a diferentes lugares y circunstancias según las necesidades del cliente.

**c) Comunicación:** La comunicación efectiva es crucial para que los clientes comprendan los servicios y las condiciones asociadas. Un lenguaje claro y amigable mejora la precisión y la aceptación del servicio.

**d) Credibilidad:** La confiabilidad de la empresa y sus colaboradores es clave. La transparencia y la disposición para ayudar refuerzan la confianza de los clientes.

**e) Cortesía y amabilidad:** La actitud del personal, caracterizada por la amabilidad, atención, cortesía y respeto, contribuye significativamente a una experiencia positiva para el usuario.

### 2.2.2 Características de servicio

Las características del servicio, según Berry et al. (1989), se dividen en cuatro aspectos:

**a) Intangibilidad:** Los servicios son intangibles, lo que significa que no se pueden tocar y ver directamente.

**b) Heterogeneidad:** Debido a que los servicios son acciones realizadas por seres humanos, tienden a variar y son difíciles de generalizar. La heterogeneidad surge de la naturaleza humana y las posibles variaciones en la ejecución del servicio.

**c) Indivisibilidad entre producción y consumo:** Un servicio se experimenta simultáneamente con su ejecución. Aquella experiencia puede ser favorable o desfavorable según los factores presentes en el momento, y la producción y consumo están interrelacionados.

**d) Caducidad:** Los servicios suelen tener un período limitado de disponibilidad y deben ser utilizados mientras están disponibles. En su mayoría, no se pueden almacenar, lo que significa que la oportunidad de recibir el servicio puede perderse.

### 2.2.3 Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL, también conocido como el modelo americano, es un instrumento para medir la excelencia con respecto al servicio. En ese contexto, calidad se describe como la percepción de la discrepancia entre el servicio proporcionado y el percibido. Si las percepciones superan las expectativas, se traduce en una calidad percibida del servicio elevada y una alta satisfacción con el mismo (Zeithaml et al., 1993).

El modelo SERVQUAL, se centra en cinco dimensiones clave de la calidad del servicio (Zeithaml et al., 1993).

**a) Elementos tangibles:** Incluyen diversos aspectos visuales y físicos, como diseño, escritorios, arquitectura, iluminación, colores, folletos y la apariencia del trabajador de la institución.

**b) Fiabilidad:** Representa la consistencia y la confianza en el desempeño de la institución. La incapacidad de cumplir con las promesas puede generar frustración en los clientes.

**c) Capacidad de respuesta:** Implica el compromiso de la entidad para proporcionar servicios de manera oportuna. Se relaciona con la disposición y rapidez en ayudar a los usuarios.

**d) Seguridad:** Se refiere a la garantía y amabilidad que ofrece la institución, así como la seguridad en sus operaciones.

**e) Empatía:** Hace referencia a la capacidad de la institución para experimentar los sentimientos de los clientes como propios, mostrando comprensión y atención personalizada.

#### **2.2.4 Dimensiones de calidad de servicio e indicadores**

##### **a) Elementos tangibles**

La tangibilidad se refiere a aspectos que configuran la apariencia de la entidad: la infraestructura, los equipos, el personal y las vías de comunicación. Estos factores están relacionados con el aspecto físico de la organización, abarcando condiciones favorables en la infraestructura, equipos modernos y en buen estado, recursos de comunicación eficaces (Sanchez, 2021).

##### **- Equipos de aspecto moderno**

La entidad debe disponer de dispositivos de aspecto contemporáneo que posibiliten una atención eficiente a los usuarios y, al mismo tiempo, contribuyan a realzar su estética. Este componente posibilitará captar la atención e interés de los usuarios al proporcionarles y ofrecerles el servicio (Torres & Luna, 2017).

### - **Espacios físicos atractivos**

Es esencial que las organizaciones dispongan de instalaciones físicas que resulten visualmente atractivas para sus usuarios. En este contexto, tanto las entidades gubernamentales como las privadas deben considerar la importancia de contar con instalaciones físicas atractivas, ya que esto posibilita que los clientes perciban de manera positiva los servicios ofrecidos. Esto, a su vez, conlleva beneficios para la institución, como un aumento en la productividad y el incremento en el número de usuarios o clientes (Arciniegas & Mejías, 2017).

### - **Materiales utilizados en el servicio atractivos**

Los materiales de servicio utilizados, como folletos, volantes y otros similares, deben destacarse principalmente por su capacidad para resultar atractivos en la comunicación dirigida al usuario (Mejías et al., 2018).

### **b) Fiabilidad**

La fiabilidad es la capacidad de proporcionar al usuario el servicio ofrecido sin errores ni problemas. Además, puede conceptualizarse como brindar el servicio de manera eficiente y oportuna. Esto implica que la fiabilidad garantiza que el usuario perciba que el servicio se le brinda correctamente y dentro del tiempo establecido (Arciniegas & Mejías, 2017).

### - **Cumplimiento del compromiso**

Es importante que las instituciones se esfuercen al máximo para proporcionar a los usuarios el servicio prometido de manera puntual y en condiciones óptimas. Por lo que con ello se asegura que el usuario se sienta satisfecho y perciba que el servicio cumple con sus expectativas, generando así confianza hacia la institución (García, 2016).

- **Prestación de un servicio excelente**

El desempeño de un buen servicio al usuario constituye una de las metas más prioritarias para la institución en términos de atención. En el momento de ofrecer el servicio al usuario, la institución debe realizar sus mejores esfuerzos para llevar a cabo diversas acciones relacionadas con el servicio, puesto que, con ello se asegurará la satisfacción del usuario (García, 2016).

- **Evitar equivocaciones**

Si bien cometer errores durante la atención a los usuarios no es intencional, es crucial capacitar al personal para evitar cualquier inconveniente en el momento de la atención al usuario (Sanchez, 2021).

- c) **Capacidad de respuesta**

Es la aptitud para atender y satisfacer las solicitudes e intereses de los usuarios en la brevedad posible. Esto implica que la organización debe poseer la capacidad de proporcionar respuestas oportunas a las demandas de los usuarios (Salazar & Cabrera, 2016).

- **Información oportuna**

Actualmente, las entidades necesitan más recursos que les permitan gestionar y centralizar la información que administran. Esto posibilita proporcionar información oportuna, veraz y precisa, asegurando así respuestas de calidad (Sanchez, 2021).

- **Atención ágil**

Se refiere a la capacidad de la institución para ofrecer ayuda de manera rápida al usuario. La rapidez en el servicio es un elemento fundamental en la percepción de la calidad del servicio (Berdugo et al., 2016).

- **Actitud de colaboración**

La entidad debe mostrar disposición para brindar la ayuda necesaria al usuario, siempre que las demandas estén dentro de sus posibilidades, por lo que es esencial contar con un personal debidamente capacitado para cumplir con esta disposición de ayuda (Moreno & Calderón, 2017).

- d) Seguridad**

La seguridad está directamente relacionada con el conocimiento que tiene la organización sobre el servicio que ofrece. El manejo adecuado de conocimientos en áreas específicas influye en la confianza de los usuarios, además del conocimiento, aspectos como el trato cortés y las habilidades utilizadas para infundir seguridad al cliente también son determinantes (Salazar & Cabrera, 2016).

- **Actitud confiable**

La confianza se posiciona como un componente esencial, por lo que, la confianza contribuye al aumento de la eficiencia al realizar algún procedimiento administrativo, es por ello por lo que se considera una estrategia que impulsa y genera ventajas competitivas (Martínez et al., 2015).

- **Conocimiento de procesos**

El conocimiento de procedimientos es la acción mediante la cual varias personas intercambian algún bien o servicio. Por ende, es responsabilidad de la entidad brindar seguridad a los usuarios durante el intercambio realizado por el servicio ofrecido (Sanchez, 2021).

- **Personal servicial**

El personal encargado de la atención al usuario debe contar con capacitación en relaciones públicas, lo que les permitirá tratar a las personas con cortesía, educación y respeto al requerir el producto o servicio. Un personal cortés contribuye al incremento de productividad

y crecimiento de la entidad, ya que genera en la persona un sentimiento de seguridad que puede ser transmitido a otros (Montoya & Boyero, 2016).

#### **e) Empatía**

La empatía se define como la atención personalizada brindada al usuario, y presenta como un elemento esencial para comprender el mensaje del otro, destacando la habilidad de interpretar los pensamientos y deseos de las personas, por lo que el personal encargado de la atención debe tener la capacidad de inferir y comprender el mensaje que la persona desea transmitir, revelar sus exigencias y necesidades, además de tratar de entender lo que piensan (Salazar & Cabrera, 2016).

##### **- Asistencia individual**

La atención personalizada requiere de una evaluación profunda para identificar las necesidades del usuario, establecer un plan que responda a esas demandas y exigencias, y, finalmente, demanda una coordinación óptima de los servicios (Sanchez, 2021).

##### **- Horarios de servicio**

Toda institución debe establecer un horario de atención a los usuarios que permita cubrir sus necesidades básicas y brindar respuesta a posibles problemas planteados (Sanchez, 2021).

##### **- Preocupación de las necesidades del usuario**

Todo usuario busca ser atendido con la mejor disposición, evidenciando interés por parte del personal en resolver la problemática presentada. Por esta razón, este indicador está relacionado con la empatía, ya que una persona empática posee habilidades que le permiten socializar y establecer relaciones cordiales con los demás (Salazar & Cabrera, 2016).

### **2.2.5 Satisfacción del usuario**

Derivada del latín "satis facere" que significa "bastante hacer", se refiere al sentimiento de plenitud. Lo que implica cumplir con los efectos deseados por los ciudadanos. Es un requisito esencial del cliente obtener la plena satisfacción para obtener su aprobación. En este sentido, el objetivo principal es asegurar la satisfacción de cada cliente, trascendiendo los límites del departamento de marketing para convertirse en una meta clave en todas las áreas funcionales de alguna empresa, desde producción y finanzas hasta recursos humanos, entre otras. Asimismo, obtener la satisfacción del cliente se ha vuelto crucial no solo para los expertos en marketing, sino para todos los colaboradores de una empresa, destacando los beneficios y logros asociados con este enfoque (Fernández & Campiña, 2015). Según Westbrook y Reilly (1983) indican que satisfacer al cliente implica elementos emocionales o afectivos, siendo una reacción emocional a las vivencias asociadas con algún servicio. Esto se describe como un estado mental que emerge cuando la sensación de cumplir con las expectativas se entrelaza con la impresión previa. En este contexto, la conexión emocional desempeña un papel fundamental en determinar si un consumidor se siente satisfecho o no con un producto o servicio.

Richard (2010) describe satisfacción del cliente como la sensación de estar satisfecho con un producto o servicio. A lo largo del tiempo, la idea de satisfacción ha cambiado, enfocándose en diferentes aspectos según la investigación, y su definición ha evolucionado. Según el autor, la satisfacción es cómo el cliente evalúa si un producto o servicio cumple con sus necesidades y expectativas. Factores como las características del producto, percepción de calidad y las respuestas emocionales influyen en cómo se siente el cliente. En resumen, satisfacción es básicamente cómo el cliente juzga si lo que obtuvo le brindó una experiencia placentera, y las emociones también son parte importante de esta evaluación.

Moreno (2012) indica que la satisfacción se manifiesta en primer lugar como el resultado del comportamiento de un producto que genera satisfacción en el cliente, es decir, las características que hacen que el cliente quede satisfecho con el producto. Por otro lado, también se refiere a la ausencia de deficiencias, como retrasos en las entregas o fallas en el servicio, que contribuyen a la satisfacción del usuario. Varios autores coinciden en que la satisfacción incluye tres componentes:

- La existencia de algún objeto que el consumidor aspira.
- La consecución de aquel objeto evaluada en comparación con un estándar.
- El proceso de evaluación que involucra el resultado y una referencia de comparación.

Además, el término satisfacción puede estar asociada al sentimiento de placer derivado del servicio, generando una sensación de bienestar o felicidad en el consumidor.

### 2.2.6 Niveles de satisfacción

- a) Descontento
- b) Satisfacción
- c) Plenitud de satisfacción

El grado de satisfacción del usuario afecta directamente su fidelidad hacia alguna empresa. Por ejemplo, un cliente descontento mostrará deslealtad hacia una empresa si este no cumplió sus expectativas. En contraste, un cliente satisfecho permanecerá leal hasta que encuentre una oferta mejor, mostrando una lealtad condicional. Por último, aquel cliente completamente satisfecho desarrollará una lealtad incondicional, ya que experimenta una conexión emocional que va más allá de una simple preferencia racional (Kotler & Armstrong, 2012).

### 2.2.7 Características de satisfacción

Según Larrea (1991) la satisfacción del cliente presenta las siguientes características:

- a) Subjetiva:** Las emociones desempeñan un papel crucial, destacando la importancia de la atención al cliente con un enfoque emocional, ya que esto influye en la continuación del consumo de un producto o servicio.
- b) No es fácilmente modificable:** Para cambiar la actitud de un cliente hacia un servicio, es necesario que las experiencias siguientes sean percibidas de manera exitosa.
- c) Variedad entre clientes:** La satisfacción del cliente varía, por lo que es crucial segmentar a los clientes para lograr su satisfacción de manera más efectiva.

**d) No determinada solo por factores humanos:** Toda venta personal se desarrolla en un contexto comercial, donde diversos factores contribuyen a proporcionar un servicio más amplio y mejor al cliente.

### **2.2.8 Dimensiones de satisfacción del usuario e indicadores**

Mejías y Manrique (2011), se identificaron diversos aspectos esenciales para evaluar la satisfacción del cliente. Estas dimensiones incluyen:

#### **a) Calidad funcional percibida**

Está vinculada tanto al servicio o producto adquirido por el usuario como a su posterior experiencia. Además, la manera en el que el personal de la institución proporciona el servicio también afecta la percepción de calidad del cliente. Se refiere a cómo el usuario es atendido durante la prestación del servicio, es decir, esta calidad está relacionada con la percepción del usuario sobre el recibimiento y trato por parte de las personas que laboran en la entidad (Berdugo et al., 2016).

##### **- Atención a quejas**

Las quejas representan una forma de comportamiento de reclamación o una reacción ante el descontento, aludiendo a cómo el usuario responde a una experiencia negativa con el servicio o producto recibido. Por lo que, el personal de la entidad debe tener la capacidad de resolver cualquier tipo de queja, demostrando una calidad funcional satisfactoriamente percibida por los usuarios (Sanchez, 2021).

##### **- Atención deseada**

el servicio esperado está vinculado a tener acceso al producto o servicio cuando lo necesiten, cumpliendo con elementos formales como el cumplimiento de horarios acordados, receptividad a las necesidades y exigencias (García, 2016).

- **Personal colaborador**

El personal con el que cuenta la entidad debe estar preparado para atender las necesidades que los usuarios expresen, ofreciéndoles diferentes opciones de solución. Esto generará la percepción de que hay una calidad funcional en la organización (Sanchez, 2021).

- **Servicio optimizado**

Los usuarios esperan que las entidades ofrezcan servicios que respondan a sus demandas, generando confiabilidad, proporcionando medios de comunicación honestos, con una infraestructura adecuada, limpia y cómoda, brindando un servicio rápido, y contando con un personal competente, capacitado y cortés, que pueda ofrecer una atención tanto individualizada como personalizada (Mejías et al., 2018).

- b) Calidad técnica percibida**

Se refiere a la evaluación objetiva que realiza un ciudadano al obtener un servicio o recibir atención. También está relacionada con la infraestructura de la entidad, los materiales utilizados en su funcionamiento y la organización de sus procesos, entre otros (Sanchez, 2021).

- **Optimización de la atención**

El desarrollo constante en la excelencia del servicio resulta vital, por lo tanto, es indispensable reconocer la importancia de ofrecer un servicio de calidad, seguido por una evaluación de los índices de calidad percibidos por el usuario. A través de esta evaluación, se identifican los aspectos positivos y negativos de la atención recibida (Alcaraz et al., 2018).

- **Servicios satisfactorios**

Si el usuario se siente contento con el servicio recibido, se infiere que quedó conforme con el producto o servicio. Para lograr esto, la entidad debe proporcionar un valor que vaya más allá de la prestación básica, generando lealtad en los usuarios (Sanchez, 2021).

### **c) Valor percibido**

La percepción del valor impacta en la adopción de decisiones importantes tanto para el usuario como para la entidad. Se relaciona con la capacidad de respuesta del servicio ante las demandas y exigencias de los usuarios, evaluando si el servicio cumplió con las expectativas y si el usuario se siente satisfecho con lo recibido (Sanchez, 2021).

#### **- Confianza transmitida**

Cultivar la confianza en los usuarios es fundamental para lograr la eficacia y éxito de la institución. La construcción continua de confianza por parte de la entidad reduce la inseguridad del usuario al realizar alguna transacción (Sanchez & Montoya, 2016).

#### **- Tarifas y tasas razonables**

La tarifa se define como la cantidad o monto ajustado a la base gravable, en función de la cual se determina el valor final que debe pagar por el servicio adquirido (Sanchez, 2021).

#### **- Gestión de problemas**

La capacidad para resolver problemas es una función esencial del personal encargado de la atención. Deben estar capacitados para abordar cualquier inconveniente que pueda surgir y ofrecer soluciones adecuadas, además, deben dar seguimiento a los problemas presentados para confirmar que las soluciones proporcionadas hayan dado resultados favorables (López et al., 2015).

### **d) Confianza**

La confianza que deposite alguna persona va a depender de que la entidad no cometa errores, realice recomendaciones adecuadas a los usuarios, preste servicios de calidad y demuestre preocupación por satisfacer las necesidades del usuario (Sanchez & Montoya, 2016).

- **Eludir errores**

es crucial que las entidades se esfuercen por no cometer errores al brindar sus servicios a los usuarios, ya que esto afectaría la satisfacción del usuario y, en consecuencia, la percepción de la calidad de la atención (Casares et al., 2016).

- **Atención a la demanda del usuario**

Una entidad que demuestra preocupación por las necesidades de los usuarios construye confianza en su público y tiene la ventaja de atraer nuevos usuarios a los servicios que ofrece (González et al., 2016).

- e) **Expectativas**

Las expectativas de los usuarios se forman a partir de sus necesidades y experiencias previas con otras organizaciones o la misma entidad que les brinda el servicio. En este sentido, lo que los usuarios esperan es un servicio adaptado, contar con una atención personalizada y personal preparado (Sanchez, 2021).

- **Atención adaptada**

La calidad de servicio actúa como el peldaño crucial que conduce a la satisfacción del usuario, por lo que la adaptación de los servicios debe centrarse en las necesidades y demandas de las personas (Sanchez, 2021).

- **Atención específica**

La atención personalizada, fundamental para establecer una relación efectiva entre las partes interesadas, permite al usuario sentir que sus necesidades han sido abordadas de manera individualizada (Sanchez, 2021).

- **Personal competente**

La capacitación del personal es una estrategia esencial para fortalecer el servicio, enfocándose en el desarrollo de habilidades para la resolución de conflictos. Cuando el usuario percibe que está siendo atendido por un personal preparado, capaz de abordar sus necesidades de manera rápida y efectiva, se genera un alto nivel de satisfacción en función de la atención y servicio proporcionados (Sanchez, 2021).

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Calidad**

Crosby (1979) conceptualiza la calidad como la conformidad con los requisitos, resaltando la importancia de cumplir con las expectativas y especificaciones establecidas. En su enfoque, la calidad se refiere a la ausencia de defectos y al logro de los estándares predefinidos.

- **Servicio**

El servicio es una serie de acciones o actividades que una parte proporciona a otra, siendo generalmente intangible y sin la transferencia de propiedad (Hoffman & Bateson, 2012).

- **Calidad de servicio**

Larrea (1991) indica que “La calidad de servicio es la impresión que tiene un usuario sobre cómo se ajustan el desempeño y las expectativas respecto a los distintos aspectos, tanto cuantitativos como cualitativos, de un producto o servicio”.

- **Satisfacción**

Zeithaml et al. (1992), indica que “La satisfacción del cliente se refiere a la evaluación subjetiva que realiza una persona acerca de la percepción del desempeño de un producto o servicio en comparación con las expectativas anticipadas”.

- **Usuario**

Un usuario se define como aquel individuo que hace uso directo de un producto o servicio y, por ende, experimenta de manera directa la calidad del servicio proporcionado (Berry et al., 1989).

- **Satisfacción del usuario**

Según Larrea (1991) “La satisfacción del cliente y/o usuario es la valoración que el consumidor hace de un producto o servicio, se fundamenta en la comparación entre las expectativas anticipadas del cliente y la experiencia real obtenida”. Larrea destaca la importancia de las emociones en este proceso y señala que la satisfacción no solo se deriva de las interacciones humanas, sino también del entorno en el que se lleva a cabo la transacción comercial. En resumen, la satisfacción del cliente implica lograr que el cliente se sienta bien y satisfecho con la experiencia de compra.

- **Municipalidad**

Conforme a la legislación peruana establecida en la Ley N° 27972 (2003) representa la autoridad local autónoma de un distrito, encargada de la gestión de los asuntos locales, la mejora del bienestar de los residentes y la coordinación con otras instancias gubernamentales. Una municipalidad es la entidad responsable de administrar los servicios públicos, ejecutar obras y promover el desarrollo en una zona geográfica determinada, como un distrito.

## **2.4 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.4.1 Hipótesis general**

- La calidad de servicio posee una relación significativa con la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

### **2.4.2 Hipótesis específicas**

- Los elementos tangibles poseen una relación significativa con la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

- La fiabilidad posee una relación significativa con la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.
- La capacidad de respuesta posee una relación significativa con la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.
- La seguridad posee una relación significativa con la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.
- La empatía posee una relación significativa con la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

## 2.5 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN / CATEGORIAS DE ANÁLISIS

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores	
Calidad de servicio	Elementos tangibles	Equipos con aspecto moderno	
		Espacios físicos atractivos	
		Materiales utilizados en el servicio atractivos	
	Fiabilidad	Cumplimiento del compromiso	
		Prestación de un servicio excelente	
		Evitar equivocaciones	
	Capacidad de respuesta	Información oportuna	
		Atención ágil	
		Actitud de colaboración	
		Seguridad	Actitud confiable
			Conocimiento de procesos
			Personal servicial
	Empatía	Asistencia individual	
		Horarios de servicio	
Preocupación por las necesidades del usuario			
Satisfacción del usuario	Calidad funcional percibida	Atención a quejas	
		Atención deseada	
		Personal colaborador	
	Calidad técnica percibida	Servicio optimizado	
		Optimización de la atención	
		Servicios satisfactorios	
		Confianza transmitida	

Valor percibido	Tarifas y tasas razonables
	Gestión de problemas
Confianza	Eludir errores
	Atención a la demanda del usuario
Expectativas	Atención adaptada
	Atención específica
	Personal competente

*Nota.* Adaptado de Huancollo (2018).

## **CAPÍTULO III**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

Este estudio es cuantitativo, basándose en la definición de Hernández et al. (2014), quienes describen este enfoque como el uso de la recolección de datos numéricos para poner a prueba hipótesis, empleando análisis estadísticos para identificar patrones de comportamiento y validar teorías.

Es de nivel descriptivo - correlacional, con un diseño no experimental; la investigación no experimental se lleva a cabo sin alterar deliberadamente las variables; limitándose a visualizar los fenómenos en su entorno natural y luego se procede a su análisis. Y con un corte transversal, porque la recolección de datos se dará en un solo momento dado (Hernández et al., 2014).

#### **3.2 ÁMBITO DE ESTUDIO**

El estudio se efectuó en el distrito de Juliaca, puesto que la MPSRJ se encuentra en dicho lugar. La provincia de San Román se divide en cinco distritos: Juliaca, Cabana, Cabanillas, Caracoto y San Miguel. En donde Juliaca cuenta con la mayor población, y se ubica en el centro del Altiplano, en una llanura casi horizontal en la parte Noroeste del Lago Titicaca. Este distrito experimenta un notable crecimiento económico y demográfico, siendo un centro de desarrollo comercial, industrial, financiero y económico en la Región de Puno.

#### **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población o muestra es un grupo de personas que se encuentran en conjuntos en todos los casos que concuerdan y con determinadas especificaciones (Hernández et al., 2014).

##### **- Población**

Según datos del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017), la población total del distrito de Juliaca es de 228,726 habitantes. De esta cifra, la población usuaria,

integrada por 156,256 personas mayores de 18 años, residentes en el distrito de Juliaca en donde se ubica la Municipalidad Provincial de San Román.

**- Muestra**

En el presente estudio, la muestra se estableció mediante un muestreo probabilístico, con un error del 5% y una confiabilidad del 95%. Se aplicó la fórmula estadística, determinado el resultado de usuarios a quienes se aplicará el instrumento de medición.

$$n = \frac{Z^2 P * Q * N}{(N - 1)e^2 + Z^2 P * Q}$$

n = Cantidad de la muestra a seleccionar

P = Cantidad de personas a favor = 0.5

Q = Cantidad que no están a favor = 0.5

e = Máximo error de estimación = 0.05

Z = Valor de la tabla de distribución normal, con un nivel de confianza de 95% = 1.96

N = Total de la población 156 256

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 156256}{(156256 - 1)0.05^2 + 1.96^2 0.5 * 0.5}$$

n = 383

Basándonos en el resultado obtenido, se determina que el tamaño de la muestra de la población está conformado por 383 usuarios.

**Tabla 2**

*Sexo de los usuarios encuestados de la MPSRJ*

	Cantidad	Porcentaje
Varón	197	51%
Mujer	186	49%
Total	383	100%

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como lo indica la tabla 2, del total de encuestados, varones representan el 51% y el 49% representan mujeres, quienes acuden a realizar algún tipo de trámite en la entidad. Estos usuarios cumplen con los siguientes criterios establecidos:

#### Criterios de inclusión

- Personas que se encuentren entre los 18 y 65 años.
- Personas que posean habilidades de comunicación.
- Personas que visiten la entidad con el propósito de llevar a cabo trámites o consultas.
- Participantes que consientan voluntariamente la aplicación del instrumento.

#### Criterios de exclusión

- Personas menores de 18 años o mayores de 65 años.
- Personas con dificultades de comunicación.
- Personas que no estén involucradas en trámites o consultas.
- Participantes que no otorguen su consentimiento para participar en el estudio.

### **3.4 RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se empleó la encuesta como técnica para recopilar datos. Esta técnica permitió obtener datos y posteriormente determinar la relación entre las 2 variables. El instrumento fue el cuestionario, fundamentado en el modelo SERVQUAL, que abarca cinco dimensiones y consta de 21 ítems. Además, se empleó el cuestionario satisfacción del cliente, verificado por Mejias y Manrique (2011), que también incluye 21 ítems. Estos cuestionarios fueron administrados a la muestra que consta de 383 usuarios.

### **3.5 ANÁLISIS DE DATOS**

Para el análisis de los resultados de este trabajo de investigación, se empleó el programa SPSS (versión 25). Este software permitió el análisis y la visualización de los datos a través de tablas y figuras. Se elaboraron tablas y figuras para cada variable y dimensión, y se estableció la correlación conforme a los objetivos definidos. Se empleó el coeficiente de Spearman Rho para analizar la relación, que permitió examinar la relación entre dos variables.

### 3.6 CONFIABILIDAD

Para la evaluación de la consistencia interna y la confiabilidad del instrumento utilizado en la investigación, se empleó el análisis del coeficiente alfa de Cronbach. Este procedimiento se llevó a cabo utilizando el software SPSS v25.

**Tabla 3**

*Análisis del Alfa de Cronbach*

	Alfa de Cronbach	ítems
Calidad de servicio	0.734	21
Satisfacción de los usuarios	0.778	21

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como lo indica la tabla 3, presenta el análisis de la fiabilidad de la encuesta, y el resultado obtenido para la variable inicial revela un coeficiente de 0.734, indicando una coherencia interna excelente entre los ítems del instrumento que evalúa la calidad del servicio. De manera similar, para la segunda variable, se observa un valor de 0.778 entre los ítems del instrumento de medición de la segunda variable, lo que también indica una excelente coherencia interna.

### 3.7 PRUEBA DE NORMALIDAD

**Tabla 4**

*Evaluación de normalidad de las variables*

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico		Sig.	Estadístico		Sig.
Calidad de servicio	0.174	383	0.000	0.927	383	0.000
Satisfacción de los usuarios	0.149	383	0.000	0.938	383	0.000

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Según lo indicado en la tabla 4, dado que en ambas variables el valor de significancia (sig.) es 0.000, que es menor que  $\alpha = 0.05$ , confirman que los datos no siguen una distribución normal. En consecuencia, es necesario emplear el Rho.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este capítulo actual expone la información obtenida luego de la aplicación del instrumento a los usuarios de la MPSRJ. Se realiza una presentación de la contrastación de hipótesis tanto general como específicos con sus respectivos datos descriptivos, y se presentan mediante tablas y figuras. Posteriormente se encuentra la discusión.

#### 4.1 RESULTADOS

##### 4.1.1 Contrastación de hipótesis general

OG: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

**Tabla 5**

*Correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios*

		Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Calidad de servicio	Rho	1.000	0.813
	Sig.		0.000
	N	383	383
Satisfacción del usuario	Rho	0.813	1.000
	Sig.	0.000	
	N	383	383

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como  $\text{sig. (p)} = 0.000 < \alpha = 0.05$ , por ende, se confirma la hipótesis alterna ( $H_a$ ), esto señala que poseen una relación significativa la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, y se confirma una correlación muy alta positiva de 0.813; a partir de estos resultados, se puede afirmar que el aumento en la calidad de servicio proporcionado por la municipalidad resultará en niveles altos de satisfacción entre los usuarios de esta institución. Por lo que, la mejora continua en la calidad de atención y servicios ofrecidos por la entidad beneficiará la percepción general de los usuarios.

**Tabla 6***Nivel de asociación entre las variables de investigación*

		Satisfacción del usuario			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Calidad de servicio	Malo	6%	9%	1%	16%
	Regular	4%	58%	7%	69%
	Bueno	5%	5%	5%	15%
Total		15%	72%	13%	100%

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como lo indica la tabla 6 se visualiza que, el 58% se sitúan en una categoría media, es decir regular, lo que indica que la mayor parte de los usuarios perciben el nivel de atención y el grado de satisfacción en una condición intermedia; además el 6% de los participantes muestran un nivel malo entre ambas variables, indicando una deficiencia tanto en la calidad del servicio como en la satisfacción percibida; finalmente un 5% de los usuarios expresan un nivel bueno, señalando que perciben una calidad positiva con relación al de servicio y experimentan satisfacción con la atención recibida en la entidad referida.

- **Estadísticos descriptivos de las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios**

**Tabla 7***Nivel de calidad de servicio que brinda la MPSRJ*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	62	16%
Regular	256	69%
Bueno	56	15%
Total	383	100%

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

De acuerdo a lo expuesto en la tabla 7, del total de usuarios encuestados de la MPSRJ, el 69% de ellos mencionan que la calidad de servicio proporcionada en la entidad, están en un grado intermedio lo cual es regular, lo que implica que el nivel de servicio proporcionado se

sitúa en un punto medio, entre la excelencia y la deficiencia, por lo que indican que se cumple con las expectativas básicas, pero no se da una atención de excelencia; seguido del 16% de los encuestados señala que la calidad del servicio es deficiente, lo que implica que el servicio ofrecido por la entidad está por debajo de los estándares requeridos para lograr la satisfacción completa del usuario. Por otro lado, un 15% de los usuarios percibe la calidad del servicio como buena, lo que indica que este grupo considera que el servicio es sumamente eficiente, confiable y satisface las expectativas de calidad, brindando una experiencia satisfactoria.

**Tabla 8**

*Nivel de satisfacción de los usuarios de la MPSRJ*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	56	15%
Regular	277	72%
Bueno	50	13%
Total	383	100%

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

De acuerdo con lo expuesto en la tabla 8, del total de participantes usuarios en la MPSRJ, el 72% reporta que su satisfacción al realizar trámites en la municipalidad es regular. Esto implica que la satisfacción que experimentan se encuentra en un nivel intermedio, entre la plena satisfacción y la total insatisfacción; seguido del 15% de los encuestados señala que la satisfacción percibida se encuentra en un nivel malo, lo que indica una insatisfacción total con la calidad de servicio, expresando descontento con la atención brindada por la entidad; Finalmente un 13% de usuarios manifiesta que la satisfacción se encuentra en un nivel bueno, indicando conformidad y plena satisfacción en relación con la atención proporcionada en la institución.

#### 4.1.2 Contratación de hipótesis específica 1

OE1: Identificar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

**Tabla 9**

*Correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios*

		Elementos tangibles	Satisfacción del usuario
Elementos tangibles	Rho	1.000	0.582
	Sig.		0.000
	N	383	383
Satisfacción del usuario	Rho	0.582	1.000
	Sig.	0.000	
	N	383	383

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como el valor de sig. (p) = 0.000 <  $\alpha$  = 0.05, por lo tanto, se confirma la hipótesis alterna (Ha), lo cual implica que la tangibilidad de la entidad se encuentra significativamente relacionado con la satisfacción percibida por los usuarios de la MPSRJ, asimismo, la tabla 9 indica que posee una correlación positiva moderada de 0.582; con base en estos resultados, se podría argumentar que la mejora de la apariencia física, materiales de servicio y las instalaciones de la entidad puede conducir a la prestación de un servicio más satisfactorio, generando así una mayor satisfacción entre los usuarios.

**Tabla 10**

*Nivel de asociación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción de los usuarios*

		Satisfacción del usuario			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Dimensión 1	Malo	7%	16%	1%	24%
Elementos tangibles	Regular	8%	49%	3%	60%
	Bueno	0%	7%	9%	16%
Total		15%	72%	13%	100%

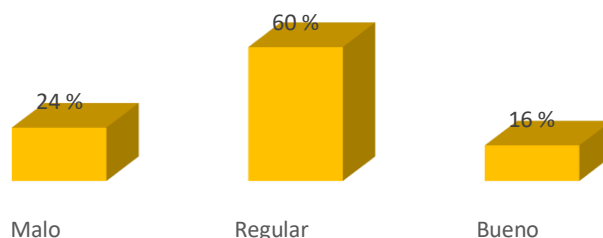
*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Según lo expuesto en la tabla 10, se puede visualizar que, de la totalidad de participantes, el 50% se encuentran en un nivel regular. Esto refleja que la mayoría de los usuarios consideran que la percepción sobre la dimensión tangibilidad y la satisfacción del usuario se sitúa en un punto intermedio. Además, el 7% de los participantes muestran un nivel malo, indicando una deficiencia tanto en tangibilidad como en la satisfacción percibida; finalmente un 6% de los usuarios expresan un nivel bueno, señalando que perciben de manera positiva los elementos tangibles.

**- Estadísticos descriptivos de la dimensión elementos tangibles**

**Figura 1**

*Nivel de elementos tangibles de la MPSRJ*



*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

De acuerdo a lo indicado en la figura 1, de la totalidad de encuestados, el 60% señalan que la tangibilidad de la entidad se encuentran en un grado regular, lo que implica que los equipos no cuentan con tecnología moderna, ciertos elementos están en condiciones deficientes, las

instalaciones físicas no son muy acogedoras y los materiales no alcanzan un estándar de excelencia; seguido del 24% mencionan que los elementos tangibles se encuentran en un nivel malo, señalando deficiencias en los equipos, instalaciones y materiales, lo que sugiere la necesidad de mejoras para ofrecer una atención al público más eficiente; finalmente, un 16% de usuarios señalan que están en una categoría buena, es decir, que una minoría considera que los elementos tangibles son destacados, de excelencia y de alta calidad, por lo que se encuentran conformes con ello.

### 4.1.3 Contrastación de hipótesis específica 2

OE2: Identificar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la MPRSJ, 2021.

**Tabla 11**

*Correlación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios*

		Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Fiabilidad	Rho	1.000	0.627
	Sig.		0.000
	N	383	383
Satisfacción del usuario	Rho	0.627	1.000
	Sig.	0.000	
	N	383	383

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como  $\text{sig. (p)} = 0.000 < \alpha = 0.05$ , se afirma la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Lo que señala que la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios se encuentran significativamente relacionados, además la tabla 11 menciona que existe una correlación positiva alta de 0.627; basándonos en estos resultados, se puede mencionar que, si los servidores públicos mejoran su actitud, mostrándose más cuidadosos, comprometidos y fiables en el desempeño de sus funciones, se generará una experiencia más positiva para los usuarios. Esta mejora en la fiabilidad del personal contribuirá significativamente a aumentar la satisfacción de los usuarios con los servicios proporcionados por la entidad.

**Tabla 12**

*Nivel de asociación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los usuarios*

		Satisfacción del usuario			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Dimensión 2	Malo	9%	16%	1%	26%
Fiabilidad	Regular	5%	56%	0%	61%
	Bueno	1%	0%	12%	13%
Total		15%	72%	13%	100%

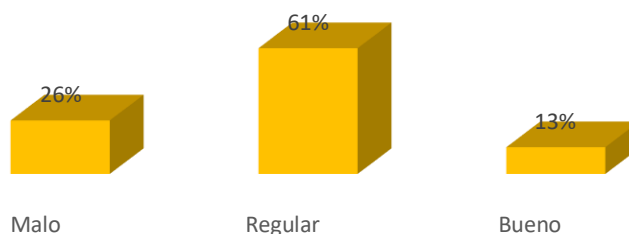
*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Según lo indicado en la tabla 12, se puede visualizar que de la totalidad de participantes encuestados, el 55% señalan que se encuentran en un nivel regular, lo que refleja que la mayoría de los usuarios indican que la percepción acerca de la fiabilidad y la satisfacción del usuario de ubica en una posición intermedia; además el 6% de los participantes muestran un nivel malo, indicando una deficiencia tanto en la fiabilidad del personal como en la satisfacción percibida; finalmente un 5% de los usuarios expresan un nivel bueno, señalando que perciben la fiabilidad del personal como positiva y experimentan satisfacción con la atención recibida en la municipalidad.

**- Estadísticos descriptivos de la dimensión fiabilidad**

**Figura 2**

*Nivel de fiabilidad de los servidores públicos en la MPSRJ*



*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

De acuerdo con lo expuesto en la figura 2, de la totalidad de usuarios encuestados de la MPSRJ, el 61% de ellos indican que la fiabilidad que brindan los trabajadores de la

municipalidad se encuentra en un nivel regular, esto implica que el personal no siempre cumple con lo establecido, su desempeño no es consistente y se observan ocasiones en las que cometen errores; seguido del 26% que indican que la fiabilidad se encuentra en un nivel malo, lo que significa que las promesas no se cumplen, el desempeño es deficiente y se cometen errores de manera frecuente; finalmente, solo un 13% de usuarios indican que la fiabilidad se encuentra en un nivel bueno, es decir que el personal cumple consistentemente con sus promesas, mantiene un buen desempeño y evita cometer errores.

#### 4.1.4 Contrastación de hipótesis específica 3

OE3: Identificar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

**Tabla 13**

*Correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios*

		Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Capacidad de respuesta	Rho	1.000	0.718
	Sig.		0.000
	N	383	383
Satisfacción del usuario	Rho	0.718	1.000
	Sig.	0.000	
	N	383	383

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Dado que el valor de sig. (p) = 0.000 <  $\alpha$  = 0.05, por ende, se confirma la hipótesis alterna (Ha), lo cual señala que la eficiencia de respuesta se encuentra significativamente relacionada a la satisfacción del usuario, además la tabla 13 indica que existe una correlación positiva alta de 0.718; a partir de estos resultados, se puede afirmar que si los trabajadores demuestran una mayor disposición para ayudar y ofrecer servicios de manera rápida y eficiente, los usuarios experimentarán niveles más altos de satisfacción. La mejora en la disposición y la prontitud en la atención al público se traducirá directamente en una experiencia más positiva para los usuarios, fortaleciendo así la relación entre la entidad y el usuario.

**Tabla 14**

*Nivel de asociación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción de los usuarios*

		Satisfacción del usuario			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Dimensión 3	Malo	10%	26%	2%	38%
Capacidad de respuesta	Regular	2%	46%	7%	55%
	Bueno	3%	0%	4%	7%
Total		15%	72%	13%	100%

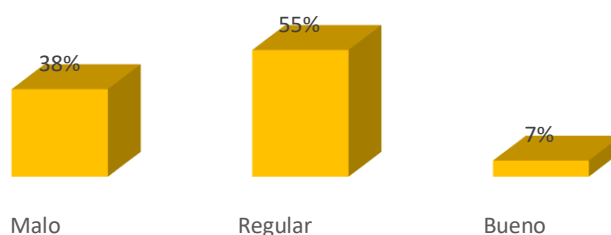
*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Según lo expuesto en la tabla 14, del total de encuestados, el 46% de usuarios se encuentran en un nivel regular, lo que refleja que la mayoría de los usuarios indican que la apreciación entre ambas se ubica en una posición intermedia; además el 10% de los participantes muestran un nivel malo; finalmente un 5% de los usuarios expresan un nivel bueno, señalando que perciben una capacidad de respuesta positiva y experimentan satisfacción con la atención recibida en la municipalidad.

**- Estadísticos descriptivos de la dimensión capacidad de respuesta**

**Figura 3**

*Nivel de capacidad de respuesta de los servidores públicos de la MPSRJ*



*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Según la información presentada en la figura 3, del total de los participantes, el 55% de ellos indican que la capacidad de respuesta que brinda el personal, presenta un nivel moderado, indicando que la información no siempre se proporciona de manera puntual, el servicio carece de rapidez y existe una limitada disposición de ayuda por parte del personal; seguido

del 38% señala que la capacidad de respuesta es deficiente, mostrando una falta de información disponible para el usuario, lo cual evidencia la ausencia de información al usuario, un servicio lento y la falta de disposición para brindar ayuda, generando insatisfacción entre los usuarios; finalmente, un 7% de usuarios indican que la capacidad de respuesta se da a un nivel bueno, este pequeño segmento considera que la entidad ofrece una capacidad de respuesta conforme a sus intereses.

#### 4.1.5 Contrastación de hipótesis específica 4

OE4: Identificar la relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

**Tabla 15**

*Correlación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios*

		Seguridad	Satisfacción del usuario
Seguridad	Rho	1.000	0.811
	Sig.		0.000
	N	383	383
Satisfacción del usuario	Rho	0.811	1.000
	Sig.	0.000	
	N	383	383

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como  $\text{sig. (p)} = 0.000 < \alpha = 0.05$ , por ende, confirma la hipótesis alterna ( $H_a$ ), indicando la existencia de una significativa relación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del usuario encuestados de la MPSRJ, además la tabla 15 indica que existe una correlación positiva muy alta de 0.811; a partir de estos resultados, se puede inferir que si los servidores públicos generan una mayor confianza, demuestran un conocimiento más profundo y muestran cortesía hacia sus usuarios, la satisfacción de los usuarios se verá significativamente mejorada.

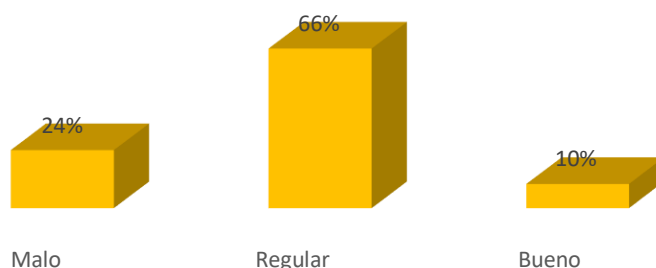
**Tabla 16***Nivel de asociación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los usuarios*

		Satisfacción del usuario			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Dimensión 4	Malo	11%	13%	0%	24%
Seguridad	Regular	4%	57%	5%	66%
	Bueno	0%	2%	8%	10%
Total		15%	72%	13%	100%

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

De acuerdo a lo expuesto en la tabla 16, se visualiza que del total, el 57% de los participantes usuarios están en un grado regular, lo que refleja que la mayoría de los usuarios indican que la percepción en relación a la seguridad en el personal y la satisfacción del usuario se ubica en posición intermedia; además el 6% de los participantes muestran un nivel, indicando una deficiencia tanto en la seguridad como en la satisfacción percibida; finalmente un 5% de los usuarios expresan un nivel bueno, señalando que perciben una seguridad positiva en el personal y experimentan satisfacción con la atención recibida en la municipalidad.

#### - Estadísticos descriptivos de la dimensión seguridad

**Figura 4***Nivel de seguridad de los servidores públicos de la MPSRJ**Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

De acuerdo a lo expuesto en la figura 4, de la totalidad de encuestados de la municipalidad, un 66% señala que la seguridad que brindan los trabajadores de la municipalidad se encuentra en un nivel regular, lo que significa que el personal transmite una confianza

limitada, presenta conocimientos escasos y no siempre se muestra cortés con los usuarios; seguido del 24% que indican que la seguridad se encuentra en un nivel malo, denotando que los trabajadores no transmiten confianza, carecen de conocimientos necesarios en sus respectivas áreas y no muestran cortesía hacia los usuarios; finalmente, solo un 10% de los usuarios menciona que la seguridad se encuentra en un nivel bueno, este sector percibe que el personal es confiable, posee conocimientos adecuados para la atención al público y muestra cortesía hacia los usuarios.

#### 4.1.6 Contrastación de hipótesis específica 5

OE5: Identificar la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ, 2021.

**Tabla 17**

*Correlación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios*

		Empatía	Satisfacción del usuario
Empatía	Rho	1.000	0.582
	Sig.		0.000
	N	383	383
Satisfacción del usuario	Rho	0.582	1.000
	Sig.	0.000	
	N	383	383

*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como  $\text{sig. (p)} = 0.000 < \alpha = 0.05$ , por lo que, se afirma la hipótesis alterna ( $H_a$ ), esto implica que tanto la empatía como la satisfacción del usuario confirman que existe una significativa relación, además la tabla 17 indica que existe una correlación positiva moderada de 0.582; en base a estos resultados se puede mencionar que, en caso de que los colaboradores enfoquen sus esfuerzos en proporcionar un servicio más destacado, se generará un nivel de satisfacción más elevado. La mejora en estas áreas específicas de la prestación de servicios contribuirá directamente a una experiencia más positiva para los usuarios.

**Tabla 18**

*Nivel de asociación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción de los usuarios*

		Satisfacción del usuario			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Dimensión 5	Malo	3%	5%	1%	9%
Empatía	Regular	2%	65%	7%	74%
	Bueno	9%	2%	5%	16%
Total		15%	72%	13%	100%

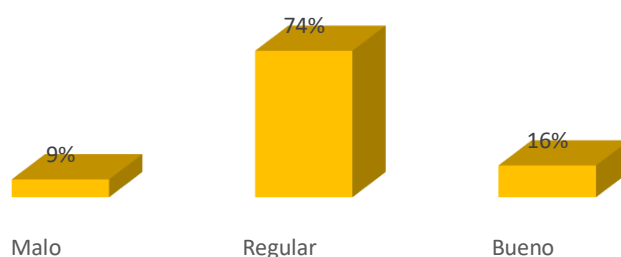
*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Según lo expuesto en la tabla 18, un 65% de los encuestados están en un nivel regular, lo que refleja que un porcentaje predominante de los usuarios indican que la percepción sobre la empatía del personal y la satisfacción del usuario se ubica en una posición intermedia; además el 5% de los participantes muestran un nivel bueno, señalando que perciben empatía en el personal y experimentan satisfacción con la atención recibida en la municipalidad; finalmente un 3% de los usuarios expresan un nivel malo, indicando deficiencia tanto en empatía de los trabajadores como en la satisfacción percibida.

**- Estadísticos descriptivos de la dimensión empatía**

**Figura 5**

*Nivel de empatía de los servidores públicos de la MPSRJ*



*Nota.* Elaborado en base a la información obtenida en la encuesta.

Según lo expuesto en la figura 5, del total, un 74% indican que el personal de la entidad aplica la empatía a un grado regular, es decir, que los trabajadores no brindan una atención específica, y muestra una preocupación limitada por los intereses de los usuarios; seguido

del 16% que indican que la empatía se encuentra en un nivel bueno, es decir que los servidores públicos de la entidad son empáticos, brindan atención individualizada y demuestran interés y preocupación por las necesidades del usuario; finalmente, un 9% de usuarios señalan que el nivel de empatía en la entidad es malo, lo que significa que este sector considera que el personal carece de empatía, por ende, no proporciona una atención individualizada y no muestra interés por los intereses de los usuarios.

## 4.2 DISCUSIÓN

El propósito de la investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la MPSRJ. Para encontrar la relación que tienen ambas variables, se empleó el Rho, en donde arrojó como resultado una relación de 0.813, ello indica una positiva correlación muy alta, también se obtuvo como resultado un 0.000 como sig., con ello se acepta la hipótesis alterna, esta afirmación se puede visualizar en la tabla 5, ello demuestra que existe una significativa relación entre las dos variables. Adicionalmente de acuerdo con los resultados descriptivos, con respecto a la calidad de servicio un 69% califica como regular y un 72% indican que la satisfacción percibida es regular al realizar algún trámite en la MPSRJ, ello se puede visualizar en la tabla 7 y 8. En ese entender, se puede indicar que es fundamental que exista una buena calidad de servicio que se ofrece y de esa manera se logrará mayor satisfacción en sus usuarios; estos resultados en la investigación presentan concordancia con lo expresado por: Reyes y Veliz (2021) en su estudio acerca de “La calidad de servicio y satisfacción del cliente”, obtuvo como resultado una positiva y significativa relación entre las dos variables. Asimismo, el estudio realizado por Silva et al. (2021) se llegó al resultado de  $Rho = 0.820$ , lo cual indica una correlación positiva y fuerte; como también la investigación que realizó Conde (2020) se presentó un resultado de  $Rho = 0.888$ , lo cual nos indica que existe correlación positiva alta entre las variables estudiadas; de igual manera el estudio realizado por Santamaria y Gancino (2020) se halló una correlación de  $r = 0.738$ ; a su vez la investigación de Roncal (2022) determinó una correlación de  $Rho = 0.428$ , el estudio realizado por Loza (2022) obtuvo una correlación positiva fuerte de  $Rho = 0.892$ , Sánchez (2021) halló una relación positiva alta de  $Rho = 0.864$  entre calidad de atención y satisfacción del usuario y López (2021) tuvo como resultado  $Rho = 0.782$  entre las variables, por lo que se afirmó que existe una relación positiva y significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. Además, los estudios realizados por Hallasi (2021), Mamani (2019) y Benavente (2019) y Huancollo

(2018) también llegaron a la conclusión de que existe una correlación positiva entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario. Por lo tanto, con los estudios previamente mencionados respaldan la investigación actual. Según los antecedentes revisados, se confirma la relación existente: a grado que la excelencia de servicio aumenta, también aumenta la satisfacción del usuario. Navarro y Lozano (2018) indican que la calidad emana del interior de la organización, por ello si se capacita a las personas y/o jefes, se tendrá una mayor calidad, dicho en otro modo: el valor agregado al bien es producto del servicio.

En cuanto a la relación entre la tangibilidad y la satisfacción del usuario de la MPSRJ. Se aplicó el Rho, y se obtuvo 0.582 como valor, lo que afirma una correlación positiva moderada, además tuvo un valor de sig.: 0.000, lo que lleva a aceptar la hipótesis alterna, ello demuestra que la tangibilidad y la satisfacción del usuario se encuentran significativamente relacionadas. De lo comentado se puede visualizar en la tabla 9, donde se confirma la existencia de una relación. Adicionalmente de acuerdo con los resultados descriptivos, los elementos tangibles son calificado como regular en un 60%, ello se puede visualizar en la figura 1. Estos resultados concuerdan con el estudio realizado por Silva et al. (2021) donde se encontró una relación de  $Rho = 0.910$  entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario. Asimismo, Conde (2020) encontró relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios. Cómo también, López (2021), menciona que los aspectos tangibles es lo primero que un usuario percibe cuando recibe un servicio, y es lo que se puede mejorar a través de planes de acción que faciliten los procesos en la entidad. En ese contexto, se podría señalar la importancia de contar con elementos tangibles en óptimas condiciones, ya que esto contribuye a alcanzar un mayor nivel de satisfacción entre los usuarios. Maguiña (2018) menciona que la calidad de servicio es la percepción del usuario que inicia con la visualización del local, la tecnología, la infraestructura, la tecnología que usa la entidad, las cuales deben estar en proceso de mejora que se basen en la necesidad del usuario.

Referente a la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la MPSRJ, se empleó el Rho y se obtuvo 0.627 como valor, es decir que posee una positiva y alta correlación, además se obtuvo un valor de sig.: 0.000, lo que lleva a aceptar la hipótesis alterna, ello confirma la existencia de una significativa relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la MPSRJ. De lo comentado se puede reflejar en la tabla 11, donde se confirma la existencia de una relación. Adicionalmente de acuerdo con los

resultados descriptivos, un 61% califica como regular la fiabilidad de la Municipalidad Provincial de San Román, ello se puede visualizar en la figura 2. Conde (2020) en su investigación obtuvo una correlación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios. Hoffman y Bateson (2012) indican que es frustrante para los usuarios que la entidad no cumpla con lo que promete, por lo que la confiabilidad refleja el desempeño de una institución. En ese contexto, es relevante destacar la importancia de contar con un personal confiable, ya que esto desempeña un papel crucial en la obtención de niveles elevados de satisfacción en los usuarios.

Referente a la capacidad de respuesta y su relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ. Se empleó el Rho y se obtuvo un 0.718 como valor, con ello se confirma que existe una positiva y alta relación, además se obtuvo el valor de sig.: 0.000, lo que lleva a aceptar la hipótesis alterna, lo que significa que la habilidad de respuesta y la satisfacción del usuario poseen una significativa relación. De lo comentado se puede reflejar en la tabla 13, donde se confirma la existencia de una relación. Adicionalmente de acuerdo con los resultados descriptivos, un 55% califica como regular la capacidad de respuesta de la Municipalidad Provincial de San Román, ello se puede visualizar en la figura 3. En la investigación de Conde (2020) se encontró una correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios, además Maguiña (2018) indica que el personal de una entidad debe estar capacitado para ofrecer la información necesaria que se requiera, de esa manera evitar el mal trato, los retrasos en la atención y por ende generando la insatisfacción del usuario. En ese entender se debe destacar la importancia de contar con un personal que responda de manera eficiente, pues ello contribuye a lograr un mayor nivel de satisfacción del usuario.

En lo que respecta a la seguridad y su relación con la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ. Se empleó el Rho y se obtuvo 0.811, como valor, con ello se confirma que existe una positiva y muy alta relación, además se obtuvo el valor de sig.: 0.000, lo que lleva a aceptar la hipótesis alterna, lo que indica que la seguridad y la satisfacción del usuario poseen una significativa relación. De lo comentado se puede reflejar en la tabla 15, donde se confirma la existencia de una relación. Adicionalmente de acuerdo con los resultados descriptivos, un 66% califica como regular la seguridad de la Municipalidad Provincial de San Román, ello se puede visualizar en la figura 4. En el estudio que realizó Conde (2020) obtuvo una correlación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios. Hoffman y

Bateson (2012) indican que la seguridad es la garantía, amabilidad y la seguridad de las operaciones de los clientes. Según Zeithaml et al. (1993), algunos de los factores clave de la calidad incluyen la capacidad del personal, ya que de ellos depende brindar un servicio adecuado a los usuarios. Esto abarca las habilidades y conocimientos que el personal debe tener, así como la cortesía y amabilidad en su trato. En ese sentido, la necesidad de contar con un personal que brinde seguridad contribuirá en la satisfacción del usuario.

En lo que concierne a la empatía y su relación con la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ. Se empleó el coeficiente de Spearman Rho y se obtuvo un 0.582 como valor, con ello se confirma que existe una positiva y moderada relación, además se obtuvo el valor de sig.: 0.000, lo que lleva a aceptar la hipótesis alterna, lo que implica que la empatía y la satisfacción del usuario poseen una significativa relación. De lo comentado refleja en la tabla 17, donde se confirma la existencia de una relación. Adicionalmente, de acuerdo con los resultados descriptivos, un 74% califica como regular la capacidad de respuesta de la Municipalidad Provincial de San Román, ello se puede visualizar en la figura 5. Este resultado se asemeja al trabajo realizado por Conde (2020) en donde encontró una correlación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios. Como también Stanton et al. (2007) menciona que los servicios son las actividades intangibles, lo cual son principalmente el objeto en una transacción ideada con la finalidad de satisfacer las necesidades del usuario y/o cliente. Por lo que es relevante destacar la importancia de contar con un personal empático, ya que esto contribuirá en la obtención de niveles elevados de satisfacción por parte del usuario.

## CONCLUSIONES

**Primera:** La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ es significativa, considerando un p valor de 0.000 y un Rho de 0.813, demostrando una correlación positiva muy alta entre ambas variables. Como también, un 69% de participantes usuarios señalan que la calidad de servicio ofrecido por la MPSRJ es regular, puesto que mencionan que no se da una atención de excelencia y el 72% indican que la satisfacción percibida de los usuarios es regular, debido a que no cumplieron las expectativas deseadas y que consideran que el personal debe ser capacitado.

**Segunda:** La relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ es significativa, considerando un p valor de 0.000 y un Rho de 0.582, demostrando una correlación positiva moderada entre ambas variables, lo cual implica que la apariencia física, materiales de servicio e instalaciones de la entidad están vinculadas moderadamente con el grado de satisfacción del ciudadano; asimismo, un 60% de encuestados, señalan acerca de que la tangibilidad de la municipalidad se encuentra a un nivel regular, es decir la mayor parte de participantes indican que los equipos, instalaciones y materiales no son de aspecto atractivo y/o moderno.

**Tercera:** La relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ es significativa, considerando un p valor de 0.000 y un Rho de 0.627, demostrando una correlación positiva alta entre ambas, lo cual implica que la confiabilidad del personal está vinculada en gran medida con el grado de satisfacción del ciudadano; además, un 61% de encuestados, señalan que se encuentra en un nivel regular la fiabilidad que brinda el personal, debido a que su desempeño no es consistente, no se cumple con lo prometido, y en ocasiones caen en el error.

**Cuarta:** La relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios de la MPSRJ es significativa, considerando un p valor de 0.000 y un Rho de 0.718, demostrando una correlación positiva alta entre ambas, lo cual implica que el ofrecimiento de servicio de manera eficiente y rápida y la disposición de ayuda por parte del personal está vinculada en gran medida con el grado de satisfacción del ciudadano; además, un 55% de encuestados, refieren que el nivel es regular en relación a la capacidad de respuesta en la entidad mencionada, por lo que la mayoría de los participantes menciona que el personal no brinda

información de manera oportuna, el servicio carece de rapidez y la disposición de ayuda es limitada.

**Quinta:** La relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ es significativa, considerando un p valor de 0.000 y un Rho de 0.811, demostrando una correlación positiva muy alta entre ambas, lo cual implica que el nivel de conocimiento, la generación de confianza y muestra de cortesía por parte del personal está vinculada fuertemente con el grado de satisfacción del ciudadano; asimismo, un 66% de encuestados, indican que la seguridad en la municipalidad es regular, por lo que la mayoría de los participantes menciona que el personal no transmite entera confianza, sus conocimientos son escasos y no siempre muestran cortesía.

**Sexta:** La relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la MPSRJ es significativa, considerando un p valor de 0.000 y un Rho de 0.582, demostrando una correlación positiva moderada entre ambas, esto implica que la asistencia individual, horarios de servicio y la preocupación por las necesidades de los usuarios están vinculados moderadamente con el grado de satisfacción de los usuarios; como también, un 74% de encuestados, indican que el personal practica la empatía a un nivel regular, por lo que la mayoría de los participantes mencionan que se brinda una atención poco individualizada y muestran poca preocupación por las necesidades del usuario.

## RECOMENDACIONES

**Primera:** A las autoridades de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, sería conveniente diseñar y desarrollar filtros para la selección de personal, y poseer el perfil adecuado. Ya que la eficiencia y eficacia están directamente relacionadas con el talento humano. Por lo tanto, se debe de contar con personal capacitado en las diferentes áreas, para que haya una mejor calidad de servicio y de esa manera lograr una mayor satisfacción en los usuarios.

**Segunda:** Con relación a los elementos tangibles se sugiere a la oficina de patrimonio acondicionar y mejorar los ambientes en los que se labora, con la finalidad de que a los usuarios no se les dificulte distinguir las áreas, asimismo se les recomienda poner más sillones para que el usuario pueda esperar con comodidad. Como también se debería de implementar nuevos equipos tecnológicos, para de esa manera evitar fallas y retrasos en los trámites.

**Tercera:** En referencia a la fiabilidad y seguridad, se sugiere a los servidores públicos conocer los procesos que se realiza en cada área, con la debida información que se requiera, para de esa manera brindar un servicio adecuado al público y evitar inconvenientes por la mala información que a veces se brinda a los usuarios, asimismo se les sugiere practicar la amabilidad.

**Cuarta:** En referencia a la capacidad de respuesta, se sugiere a los usuarios, a obtener información del procedimiento documental requerido, para llevar a cabo el proceso de manera efectiva; asimismo se sugiere a los usuarios manifestar su incomodidad (en caso hubiera) a través del libro de reclamaciones de la entidad.

**Quinta:** Finalmente con respecto a la empatía se les sugiere al jefe de recursos humanos, realizar capacitaciones al personal, en temas relacionados con la empatía, técnicas de comunicación, entre otros.

## REFERENCIAS

- Alcaraz, M., Córdova, A., Santiago, V., Medina, F., & Vázquez, J. (2018). Evaluación del servicio de hospedaje rural en Moctezuma, Sonora, México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 43(1), 254-275.  
<https://www.redalyc.org/journal/141/14158242006/14158242006.pdf>
- Arciniegas, J., & Mejías, A. (2017). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Revista de investigación en comunicación y desarrollo*, 8(1), 26-36.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682017000100003](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000100003)
- Benavente, J. C. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el centro de servicios al contribuyente SUNAT Puno 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/12172>
- Berdugo, C., Barbosa, R., & Prada, L. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *Revista Dyna*, 83(197), 213-222.  
doi:<https://doi.org/10.15446/dyna.v83n197.55426>
- Berry, L., Bennett, D., & Brown, C. (1989). *Calidad del servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Diaz de Santos S.A.
- Casares, R., Rodríguez, A., & Viña, S. (2016). Análisis de errores humanos mediante la tecnología TErEH: experiencias en su aplicación. *Revista Ingeniería Industrial*, 37(1), 49-58.  
[https://www.researchgate.net/publication/317515169\\_Analisis\\_de\\_errores\\_humanos\\_mediante\\_la\\_tecnologia\\_TErEH\\_experiencias\\_en\\_su\\_aplicacion](https://www.researchgate.net/publication/317515169_Analisis_de_errores_humanos_mediante_la_tecnologia_TErEH_experiencias_en_su_aplicacion)
- Conde, C. I. (2020). *Calidad de atención y satisfacción del usuario en el servicio de emergencia del Hospital del Niño Dr. Francisco de Icaza Bustamante, Guayaquil-Ecuador, 2020* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52692/Conde\\_CCI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52692/Conde_CCI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Crosby, P. (1979). *Quality is free: the art of making quality certain*. McGraw-Hill.

- Defensoría del Pueblo. (26 de setiembre de 2022). *Ranking de municipalidades provinciales y distritales mas quejadas a nivel nacional*.  
<https://www.defensoria.gob.pe/defensoria-del-pueblo-presenta-ranking-de-municipalidades-provinciales-y-distritales-mas-quejadas-a-nivel-nacional/>
- DI Ciano, M. (2013). *Satisfacción del cliente del servicio de licencias de conducir de la Municipalidad de La Plata* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de La Plata].  
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/49805>
- Fernández, M. J., & Campiña, G. (2015). *Atención básica al cliente*. Ediciones Nobel.  
<https://books.google.com.pe/books?id=4IGPCgAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18(3), 381-398.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>
- González , M., Frías, R., & Gómez, O. (2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Revista Ingeniería Industrial*, 37(3), 253-265.  
<http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v37n3/rii040316.pdf>
- Hallasi, L. K. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario/ria del Centro Emergencia Mujer en Comisaría Puno, 2019* [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/16060>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios: Conceptos, estrategias y casos*. Cengage Learning Editores.
- Huancollo, J. L. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión].  
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/1864>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Censos nacionales 2017*.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1563/](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1563/)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Pearson.  
[https://claudiobasile.files.wordpress.com/2012/02/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://claudiobasile.files.wordpress.com/2012/02/marketing_kotler-armstrong.pdf)
- Larrea, P. (1991). *Calidad de Servicio del Marketing a la Estrategia*. Diaz de Santos S.A.
- Ley N° 27972. (2003). *Ley orgánica de municipalidades*. Diario Oficial el Peruano.
- López, M. M. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de mesa de partes de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/64504>
- López, E., Vázquez, E., & Román, P. (2015). Análisis e implicaciones del impacto del movimiento MOOC en la comunidad científica: JCR y Scopus (2010-13). *Revista Comunicar, 1*(44), 70-76.  
[https://www.scipedia.com/public/Lopez\\_et\\_al\\_2015a#article\\_en](https://www.scipedia.com/public/Lopez_et_al_2015a#article_en)
- Loza, M. (2022). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de San Juan de Castrovirreyna, año 2021* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Huancavelica]. <https://repositorio.unh.edu.pe/items/5d0ae074-94ce-4a1c-969a-7e7e5a336e2e>
- Machaca, S., & Mamani, S. E. (2021). *Calidad de atención en el servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de Ichuña, Moquegua 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano].  
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/15076>
- Maguiña, Y. Y. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pucusana, Lima – 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/866>
- Mamani, N. (2019). *Relación entre la Calidad de Servicio y Satisfacción Percibido por los Usuarios en la Municipalidad Provincial de Sandia, 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/2836>
- Martínez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre actividades de interacción social registradas con nuevas tecnologías y el grado de aislamiento social en los adultos

- mayores. *Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica*, 36(3), 181-190.  
doi:<https://dx.doi.org/10.17488/RMIB.36.3.4>
- Martínez, A., Gómez, M., & Mondéjar, J. (2015). Un análisis del efecto de la percepción de justicia de precios en el comportamiento del consumidor en el proceso de reserva de hotel online. *Revista PASOS*, 13(4), 849-864.  
<https://www.redalyc.org/pdf/881/88140288009.pdf>
- Medina, A., González, B. A., & Valverde, M. I. (2015). *Contrastar las expectativas que tienen los usuarios y los directores de departamentos respecto a la atención entregada en la Municipalidad de Ñiquén* [Tesis de pregrado, Universidad del Bío-Bío]. <http://repopib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/864>
- Mejías , A., Godoy, D., & Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Revista Compendium*, 21(40), 1-18.  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88055200020/88055200020.pdf>
- Mejías, A. A., & Manrique, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: Una aproximación mediante el análisis de factores. *Ingeniería Industrial*, XXXII(1), 43-47. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433575007>
- Montoya, C., & Boyero, M. (2016). El recurso como elemento fundamental para la gestión de calidad y competitividad organizacional. *Revista Científica Visión Futuro*, 20(2), 1-20. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357947335001>
- Moreno, B., & Calderón, H. (2017). Comportamiento del consumidor en la co-creación de valor y su relación con la satisfacción en el entorno universitario: una aplicación a la Universidad de Ibagué (Colombia). *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 25(1), 203-217. <http://dx.doi.org/10.18359/rfce.1193>
- Moreno, J. A. (2012). *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la Cabaña de Don Parce* [Tesis de pregrado, Universidad de Piura].  
<https://hdl.handle.net/11042/1648>
- Navarro, H., & Lozano, H. (2018). *Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Distrital de Belén - 2018* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/30029>.

- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 12(2), 248-252.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99315569010>
- Reyes, L. M., & Veliz, M. N. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. *Revista Polo del Conocimiento*, 6(4), 570-591. doi: 10.23857/pc.v6i4.2586
- Reyes, S. P. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, Sede de Huehuetenango* [Tesis de Pregrado, Universidad Rafael Landívar]. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>
- Richard, O. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Roncal, J. (2022). *Calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de El Tambo, Huancayo, 2021* [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/11511>
- Salazar , W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Revista Industrial Data*, 19(2), 13-20. <http://dx.doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>
- Sanchez, J., & Montoya, L. (2016). Factores que afectan la confianza de los consumidores por las compras a través de medios electrónicos. *Revista Pensamiento y Gestión*, 40(19), 159-183.  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/646/64646279007/html/index.html>
- Sanchez, L. (2021). *Percepción de la calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Arequipa 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú].  
<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/6817>
- Santamaría , E., & Gancino, S. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato* [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato].  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31535>

- Silva, J. G., Macías, B. A., Tello, E., & Delgado, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Revista Ciencia UAT*, 15(2), 85-101.  
<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. McGraw-Hill
- Torres, J., & Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Revista contaduría y administración*, 25(2), 1270-1293. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>
- Westbrook, R., & Reilly, M. (1983). Value-Percept Disparity: an Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction. *Advances in Consumer Research*, 10, 256-261.  
<https://www.acrwebsite.org/volumes/6120/volumes/>
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler. (2009). *Marketing de servicios*. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V., Parasuraman, & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestion de servicios*. Diaz de Santos S.A.

## ANEXOS

### Anexo 1. Listado de acrónimos y/o abreviaturas

- **MPSRJ:** Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca
- **Rho:** Coeficiente de correlación de Spearman
- **OG:** Objetivo general
- **OE1:** Objetivo específico 1
- **OE2:** Objetivo específico 2
- **OE3:** Objetivo específico 3
- **OE4:** Objetivo específico 4
- **OE5:** Objetivo específico 5
- **Sig.:** Nivel de significancia

Anexo 2. Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis	Variable	Indicadores	Metodología
<p>¿Cuál es la relación de la calidad de servicio con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿De qué manera se relacionan los elementos tangibles de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021?</p> <p>¿De qué manera se relaciona la fiabilidad del personal con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021?</p>	<p>Determinar si la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Identificar la relación de los elementos tangibles de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p> <p>Identificar la relación de la fiabilidad del personal de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p>	<p>La calidad de servicio posee una relación significativa con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>Los elementos tangibles de la municipalidad poseen una relación significativa con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p> <p>La fiabilidad del personal posee una relación significativa con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p>	<p><b>CALIDAD DE SERVICIO</b></p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Elementos tangibles</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Seguridad</p> <p>Empatía</p>	<p>Modernidad, Buena presencia, agradable ambiente.</p> <p>Cumplimiento de ofrecimiento, Desempeño de buen servicio, no caer en el error.</p> <p>Información oportuna, rapidez de la atención y disposición de ayuda.</p> <p>Comportamiento de confianza, conocimiento de procesos, personal cortés.</p> <p>Atención individualizada, horarios de atención y preocupación de intereses del usuario</p>	<p>Enfoque cuantitativo. Tipo correlacional Diseño no experimental</p> <p><b>Población:</b> Constituida por 228 726 pobladores del distrito de Juliaca.</p> <p><b>Muestra:</b> La muestra está constituida por 383 usuarios de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca.</p>

<p>¿De qué manera se relaciona la capacidad de respuesta del personal de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021?</p> <p>¿De qué manera se relaciona la seguridad por parte del personal de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021?</p> <p>¿De qué manera se relaciona la empatía del personal de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021?</p>	<p>Identificar la relación de capacidad de respuesta del personal de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p> <p>Identificar la relación de la seguridad por parte del personal de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p> <p>Identificar la relación de la empatía del personal de la municipalidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p>	<p>La capacidad de respuesta del personal posee una relación significativa con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p> <p>La seguridad por parte del personal posee una relación significativa con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p> <p>La empatía del personal posee una relación significativa con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, 2021.</p>	<p><b>SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b></p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Calidad funcional percibida</p> <p>Calidad técnica percibida</p> <p>Valor percibido</p> <p>Confianza</p> <p>Expectativa</p>	<p>Soluciones de quejas, servicio esperado, personal conocedor y servicio mejorado.</p> <p>Mejoras en el servicio y Servicio conforme.</p> <p>Inspira confianza, tarifas y tasas adecuadas, solución de problemas.</p> <p>No cometer errores, preocupación por la necesidad del usuario.</p> <p>Servicios adaptados, atención personalizada y personal preparada.</p>	
---	---	--	---	---	--

### Anexo 3. Rango del coeficiente de fiabilidad de Kuder Richardson

Valoración de la fiabilidad	Intervalos
Nula confiabilidad	$\leq 0.53$
Baja confiabilidad	0.54 a 0.59
Confiable	0.60 a 0.65
Muy confiable	0.66 a 0.71
Excelente confiabilidad	0.72 a 0.99
Perfecta confiabilidad	1.00

*Nota.* Rango del coeficiente Kuder Richardson adaptada por Quero (2010).

#### Anexo 4. Análisis del coeficiente de correlación de Spearman

Significado	Valor de rho
Correlación negativa grande y perfecta	-1
Correlación negativa muy alta	-0.99 a 0.99
Correlación negativa alta	-0.7 a 0.89
Correlación negativa moderada	-0.4 a 0.69
Correlación negativa baja	-0.2 a 0.39
Correlación negativa muy baja	-0.01 a 0.19
Correlación nula	0
Correlación positiva muy baja	0.01 a 0.19
Correlación positiva baja	0.2 a 0.39
Correlación positiva moderada	0.4 a 0.69
Correlación positiva alta	0.7 a 0.89
Correlación positiva muy alta	0.9 a 0.99
Correlación positiva grande y perfecta	1

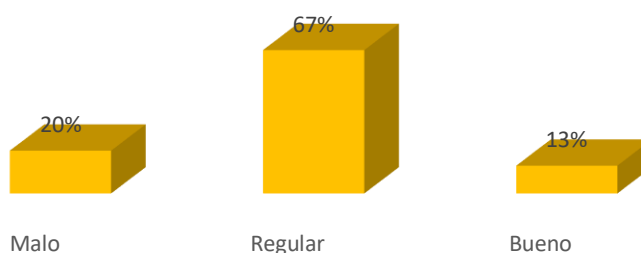
*Nota.* Tomado de Martínez y Campos (2015).

Anexo 5. Estadísticos descriptivos de las dimensiones de la variable satisfacción de los usuarios

- **Dimensión calidad funcional percibida**

**Figura 1**

*Nivel de calidad funcional percibida en la MPSRJ*



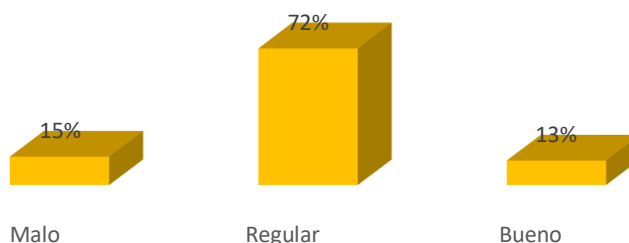
*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como lo indica la figura 1, de la totalidad de encuestados, un 67% señalan que la calidad funcional percibida se encuentra en un grado regular, por lo que se entiende que el personal muestra una disponibilidad limitada de ayuda, no siempre proporciona soluciones a las quejas y el servicio no alcanza las expectativas del usuario; seguido del 20% que refieren que es deficiente, es decir, existe ausencia de disponibilidad de ayuda y falta de soluciones a las quejas, resultando en un servicio deficiente; finalmente, un 13% de usuarios indican que la calidad funcional percibida está en un nivel bueno, lo que significa que solo un pequeño sector experimenta disponibilidad de ayuda, obtiene soluciones a sus quejas y, por ende, recibe el servicio esperado.

- **Dimensión calidad técnica percibida**

**Figura 2**

*Nivel de calidad técnica percibida en la MPSRJ*



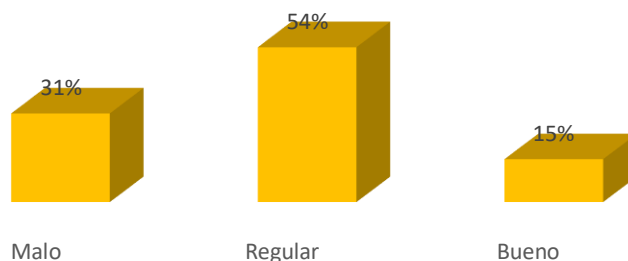
*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como lo indica la figura 2, de la totalidad de encuestados, el 72% de ellos apuntan a que la calidad técnica percibida en la municipalidad se sitúa en un grado regular, por lo que se entiende que hay pocas mejoras en el servicio y que los usuarios no están particularmente satisfechos con el servicio proporcionado por la municipalidad; seguido del 15% que señalan que se sitúa en un grado malo, indicando la ausencia de mejoras en el servicio, lo que resulta en la insatisfacción de los usuarios; finalmente, un 13% de encuestados afirman que dicha dimensión se sitúa en un grado bueno, es decir que solo un pequeño sector percibe mejoras en el servicio y se encuentra satisfecho con ello.

## - Dimensión valor percibido

**Figura 3**

*Nivel de valor percibido en la MPSRJ*



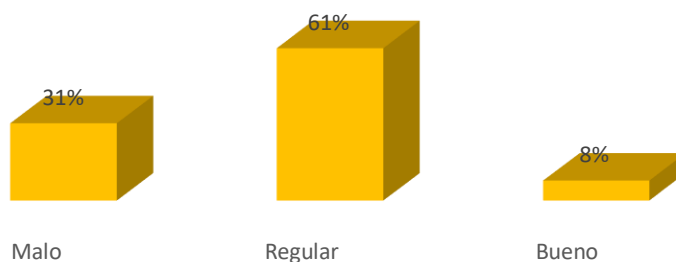
*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Como lo indica la figura 3, de la totalidad de encuestados de la MPSRJ, el 54% de ellos indican que el valor percibido de la municipalidad se encuentra en un nivel regular, es decir que la entidad genera poca confianza, no resuelve todos los problemas de manera satisfactoria, y los usuarios no están particularmente satisfechos con las tarifas y tasas; seguido del 31% que indican que el valor percibido se encuentra en un nivel malo, lo que indica una falta de confianza, insatisfacción con las soluciones proporcionadas y descontento con las tarifas y tasas; finalmente, un 15% de usuarios indican que el valor percibido está en un nivel bueno, lo que significa que este pequeño sector confía en la entidad, encuentra soluciones satisfactorias a sus problemas y está conforme con las tarifas y tasas.

## - Dimensión confianza

**Figura 4**

*Nivel de confianza en la MPSRJ*



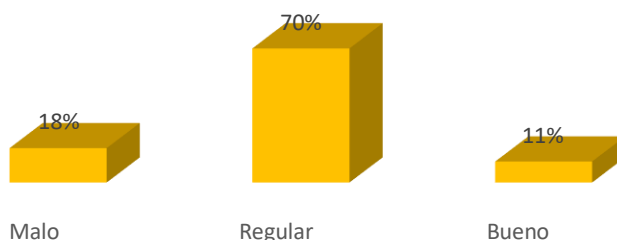
*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Según lo indicado en la figura 4, de la totalidad de encuestados de la MPSRJ, el 61% de ellos indican que la confianza que brindan los trabajadores de la municipalidad se encuentra en un nivel regular, lo que da a entender que el personal comete errores en ocasiones y muestra poca preocupación por las necesidades de los usuarios; seguido del 31% que indican que la confianza se encuentra en un nivel malo, es decir que el personal cae en el error, además no existe la preocupación por los intereses del usuario, generando así una falta de confianza en la institución; finalmente, un 8% de usuarios indican que la confianza se sitúa en un nivel bueno, lo que significa que este pequeño sector tiene plena confianza en la entidad, puesto que el personal no cae en el error, y se preocupan por los intereses de los usuarios.

## - Dimensión expectativa

**Figura 5**

*Nivel de expectativa del usuario en la MPSRJ*



*Nota.* Desarrollado según la información recogida en la encuesta.

Según lo indicado en la figura 5, de la totalidad de encuestados de la MPSRJ, el 70% de ellos indican que las expectativas en la municipalidad se encuentran en un nivel regular, lo que significa que el servicio ofrecido no está completamente adaptado a las necesidades del usuario, la atención no siempre es personalizada y el personal no está completamente preparado; seguido del 18% que indican que las expectativas se encuentran en un nivel malo, lo que implica que el servicio no se ajusta a las necesidades del usuario, la atención no es personalizada y el personal carece de la preparación necesaria; finalmente, un 11% de usuarios indican que las expectativas se hallan en un nivel bueno, lo que significa que solo un pequeño grupo menciona que en la municipalidad se brinda un servicio adaptado a los intereses del público, además de contar con un personal preparado en cada área y ofrecer una atención personalizada.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA**

**FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL**

**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO SOCIAL**

**CUESTIONARIO**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN, JULIACA.**

Estimados usuarios de la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca; la presente encuesta tiene el propósito de recopilar información acerca de la calidad de servicio que tiene la Municipalidad Provincial de San Román, Juliaca, y la satisfacción que usted siente con los servicios que se brinda en tal entidad. Para lo cual le agradezco seleccionar el número que usted crea por conveniente.

1. Sexo
  - a) Masculino ( )      b) Femenino ( )
2. Edad

.....

**CALIDAD DE SERVICIO**

La escala que se utilizará es el siguiente:

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

	1	2	3	4	5
<b>Elementos tangibles</b>					
1. ¿La Municipalidad tiene equipos de apariencia moderna?					
2. ¿Las instalaciones físicas de la Municipalidad son visualmente atractivas?					
3. ¿El personal de la Municipalidad tiene apariencia pulcra?					
4. ¿Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos?					

<b>Fiabilidad</b>					
5. Cuándo la Municipalidad promete hacer algo en cierto tiempo, ¿lo hace?					
6. Cuándo Ud. tiene un problema con la atención en la Municipalidad, ¿Se muestran sinceros a solucionarlos?					
7. ¿La Municipalidad concluye el servicio en el tiempo prometido?					
8. ¿La Municipalidad trata de mantener la atención sin errores?					
<b>Capacidad de respuesta</b>					
9. ¿El personal de la Municipalidad comunica en que tiempo le atenderán?					
10. ¿El personal de la Municipalidad atiende en forma rápida los pedidos?					
11. ¿El personal de la Municipalidad siempre está dispuesto a ayudar a los usuarios?					
12. ¿El personal de la Municipalidad nunca está demasiado ocupado para responder a las preguntas de los clientes?					
<b>Seguridad</b>					
13. ¿El comportamiento del personal de la Municipalidad transmite confianza					
14. ¿Se sienten seguros en sus trámites en la Municipalidad?					
15. ¿El personal de la Municipalidad es siempre amable con los usuarios?					
16. ¿El personal de la Municipalidad tiene conocimientos suficientes para absolver a sus preguntas?					
<b>Empatía</b>					
17. ¿La Municipalidad brinda a sus usuarios una atención individualizada?					
18. ¿La Municipalidad tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios?					
19. ¿La Municipalidad tiene el personal que ofrece una atención personalizada a sus clientes?					
20. ¿La Municipalidad se preocupa por los intereses de sus usuarios?					
21. ¿La Municipalidad comprende las necesidades específicas de sus usuarios?					

## SATISFACCION DEL USUARIO

La escala que se utilizará es el siguiente:

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

	1	2	3	4	5
<b>Calidad funcional percibida</b>					
1. ¿El personal de la Municipalidad ha solucionado satisfactoriamente sus quejas?					
2. ¿En la Municipalidad le brinda un servicio que Ud. espera?					
3. ¿El personal de la Municipalidad conoce los intereses y necesidades de sus usuarios?					
4. ¿Se siente seguro al realizar sus trámites en la Municipalidad?					
5. ¿La Municipalidad presta un servicio satisfactorio en comparación con otras instituciones estatales?					
<b>Calidad técnica percibida</b>					
6. ¿Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido en la Municipalidad?					
7. ¿La calidad de los servicios es buena?					
8. ¿Sus expectativas son satisfechas con los servicios prestados por la Municipalidad?					
<b>Valor percibido</b>					
9. ¿Usted tiene confianza en la Municipalidad?					
10. ¿Las tasas y tarifas de la Municipalidad están al alcance de la economía de los pobladores?					
11. ¿La calidad de los servicios prestados en la Municipalidad es bueno, dadas sus tasas y tarifas?					
12. ¿Ud. ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por la Municipalidad?					
13. Si la Municipalidad me ofrece servicios adicionales, como plus a los trámites realizados, ¿los acepto?					
<b>Confianza</b>					
14. ¿Al acudir a la Municipalidad sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos?					

15. ¿Usted recomendaría a lo demás usuarios acudir a la Municipalidad a realizar sus trámites por el buen trato recibido?					
16. ¿La Municipalidad es innovadora y con visión a futuro?					
17. ¿Los servicios prestados por la Municipalidad están cerca de los ideales para una entidad de este tipo?					
<b>Expectativa</b>					
18. ¿La Municipalidad se preocupa por las necesidades de sus usuarios?					
19. ¿El servicio que se ofrece en la Municipalidad se adapta a sus necesidades como usuario?					
20. ¿El personal de la Municipalidad es claro en las explicaciones o informaciones dadas?					
21. ¿El personal de la Municipalidad posee los conocimientos acerca de los servicios prestados?					

*Nota.* Elaborado por el tesista y adaptado de Huancollo (2018).

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 7. Validación del instrumento – Experto N° 1



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA**  
**FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO SOCIAL**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE LA  
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN, JULIACA.**

**I. REFERENCIAS**

- **EXPERTO:** Abraham M. Contreras Vargas
- **PROFESION:** ECONOMISTA
- **CARGO ACTUAL:** Responsable del G.P.U.
- **GRADO ACADEMICO:** DOCTOR

**II. ASPECTOS DE VALIDACION**

Ítems	CRITERIOS A EVALUAR	APRECIACION		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Claridad en la redacción	X		
2	Coherencia Interna	X		
3	Inducción a la respuesta (sesgo)	X		
4	Lenguaje adecuado con el nivel del informe	X		
5	Mide lo que pretende	X		
6	El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder	X		
7	Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
8	Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
9	El número de ítems es suficiente para recoger la información	X		
10	Los ítems se deducen de los indicadores	X		
SUB TOTAL				
TOTAL				

BINOMIAL

Coefficiente de valorización porcentual, C=  $0.0125 < 0.05$



III. RECOMENDACIONES

Ninguna

RESOLUCIÓN

- a. Aprobado ( $C > 75\% = 0.05$ )
- b. Desaprobado ( $C < 75\% = 0.05$ )

Dr. Abraham M. Contreras Vargas  
Sello y firma del experto  
DNI N° 02446164

Anexo 8. Validación del instrumento – Experto N° 2



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA**  
**FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO SOCIAL**

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE LA  
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN, JULIACA.**

I. REFERENCIAS

- **EXPERTO:** Carmen Eliza Zela Paon
- **PROFESION:** Licenciada en Sociología
- **CARGO ACTUAL:** Docente
- **GRADO ACADEMICO:** Magister

II. ASPECTOS DE VALIDACION

Ítems	CRITERIOS A EVALUAR	APRECIACION		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Claridad en la redacción	✓		
2	Coherencia interna	✓		
3	Inducción a la respuesta (sesgo)	✓		
4	Lenguaje adecuado con el nivel del informe	✓		
5	Mide lo que pretende	✓		
6	El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder	✓		
7	Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	✓		
8	Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	✓		
9	El número de ítems es suficiente para recoger la información	✓		
10	Los ítems se deducen de los indicadores	✓		
SUB TOTAL				
TOTAL				

BINOMIAL

Coefficiente de valorización porcentual,  $C = 0.0125 < 0.05$



III. RECOMENDACIONES

.....  
.....  
.....  
.....

RESOLUCIÓN

- a. Aprobado (C > 75% = 0.05)
- b. Desaprobado (C < 75% = 0.05)

  
.....  
Carmen Elisa Pella Pérez  
LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA  
C.S.P. N° 3738

.....  
Sello y firma del experto  
DNI N° 43.993.932.....

Anexo 9. Validación del instrumento – Experto N° 3



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA**  
**FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO SOCIAL**

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE LA  
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN, JULIACA.**

I. REFERENCIAS

- **EXPERTO:** ..... *Octavio Cendai Mamani* .....
- **PROFESION:** ..... *Ingeniero Economista.* .....
- **CARGO ACTUAL:** ..... *Docente* .....
- **GRADO ACADEMICO:** ..... *Doctor.* .....

II. ASPECTOS DE VALIDACION

Ítems	CRITERIOS A EVALUAR	APRECIACION		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Claridad en la redacción	X		
2	Coherencia interna	X		
3	Inducción a la respuesta (sesgo)		X	
4	Lenguaje adecuado con el nivel del informe	X		
5	Mide lo que pretende	X		
6	El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder	X		
7	Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
8	Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
9	El número de ítems es suficiente para recoger la información	X		
10	Los ítems se deducen de los indicadores	X		
SUB TOTAL				
TOTAL				

BINOMIAL

Coefficiente de valorización porcentual,  $C = 0.0125 < 0.05$



III. RECOMENDACIONES

*Negativa.*

RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C > 75% = 0.05)

b. Desaprobado (C < 75% = 0.05)

OCTAVIO CONDORI MAMANI  
Ing° Economista  
Reg. CIP N° 35000

Sello y firma del experto

DNI N° *02046307*

Anexo 10. Prueba binomial de validez de instrumento de investigación.

	<b>EXPERTO 1</b>	<b>EXPERTO 2</b>	<b>EXPERTO 3</b>	<b>SUMA</b>	<b>PROBABILIDAD</b>	<b>VALIDEZ</b>
ITEM 1	1	1	1	3	1	0
ITEM 2	1	1	1	3	1	0
ITEM 3	0	1	1	2	0.875	0.125
ITEM 4	1	1	1	3	1	0
ITEM 5	1	1	1	3	1	0
ITEM 6	1	1	1	3	1	0
ITEM 7	1	1	1	3	1	0
ITEM 8	1	1	1	3	1	0
ITEM 9	1	1	1	3	1	0
ITEM 10	1	1	1	3	1	0
					9.875	0.125
					P = 0.9875	0.0125

Se visualiza que; P (0.0125) es MENOR a 0.05 por lo que el instrumento es ACEPTADO.



## Anexo 12. Evidencia corroborativa de la base de ejecución de resultados en el programa estadístico IBM SPSS (versión 25)

SPSS CON DATOS COMPLETOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

22 : P6 2 Visible: 44 de 44 variables

	CALIDAD SERVICIO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	49	3	1	3	1	2	3	2	1	4	2	1	2	1	4
2	62	1	4	3	3	2	4	2	5	4	1	4	3	1	5
3	47	2	2	3	3	1	2	3	3	1	2	3	2	1	2
4	47	2	3	4	3	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2
5	50	3	3	4	2	2	3	3	3	4	2	1	2	2	1
6	59	2	3	4	4	3	2	3	4	4	2	3	3	2	2
7	62	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
8	63	3	2	4	2	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3
9	67	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4
10	62	5	4	4	4	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2
11	64	4	3	4	4	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2
12	63	3	2	4	3	3	3	4	4	5	2	4	2	2	3
13	61	2	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3
14	52	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2
15	55	2	2	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	2	3
16	45	1	3	2	3	2	4	1	2	1	1	3	1	1	1
17	54	2	3	2	3	2	4	3	2	2	3	2	2	1	2
18	52	1	2	3	2	2	1	3	4	3	1	2	3	2	2
19	63	1	3	4	3	1	3	4	3	2	2	3	3	4	3
20	52	2	1	3	2	2	2	2	4	4	2	2	1	2	2
21	64	3	4	4	3	2	3	2	4	2	2	3	3	2	2

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

SPSS CON DATOS COMPLETOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

12 : P3 4 Visible: 44 de 44 variables

	SATISDE USUAR	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14
1	59	2	1	2	4	2	3	2	3	1	2	3	2	3	4
2	50	2	3	2	4	1	2	1	3	1	2	2	3	1	3
3	51	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2
4	45	2	1	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2
5	45	2	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2
6	55	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	2	4	3	2
7	64	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	4
8	64	3	3	2	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3
9	63	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3
10	55	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2
11	59	2	3	2	4	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2
12	54	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	4	3	2	2
13	49	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3
14	41	1	1	2	3	3	2	1	1	2	2	2	3	2	1
15	54	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3
16	54	5	1	5	1	2	5	5	1	1	1	2	1	2	1
17	49	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2
18	54	3	2	2	3	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2
19	61	3	3	2	3	3	4	3	4	3	2	2	4	2	3
20	52	4	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2
21	49	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2
22	50	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	2	2	3	2

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

SPSS PARA CORRELACIONAR SPEARMAN.sav [ConjuntoDatos3] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 12 de 12 variables

	CALIDAD SERVICIO	ELEMENTOS TOSTAN GIBLES	FIABILIDAD	CAPACIDAD ADDERESPUEST.	SEGURIDAD	EMPATIA	SATISFUSUAR	CALIDAD FUNCION ALPERCI	CALIDAD PERCIBIDA	VALOR PERCIBIDO	CONFIANZA	EXPECTATIVA	var	var	var	var
1	49	8	8	9	10	14	59	11	8	11	14	15				
2	62	11	13	12	13	13	50	12	6	9	12	11				
3	47	10	9	8	8	12	51	13	7	11	9	11				
4	47	12	4	9	8	14	45	10	5	12	10	8				
5	50	12	11	9	6	12	45	12	7	9	8	9				
6	59	13	12	12	8	14	55	11	9	13	10	12				
7	62	15	12	9	12	14	64	15	7	15	15	12				
8	63	11	12	13	12	15	64	14	9	17	12	12				
9	67	10	11	15	16	15	63	15	9	16	9	14				
10	62	17	12	10	10	13	55	12	7	15	9	12				
11	64	15	8	11	10	20	59	15	9	11	12	12				
12	63	12	14	13	10	14	54	12	8	14	12	8				
13	61	11	13	12	10	15	49	11	7	11	10	10				
14	52	10	10	9	11	12	41	10	4	11	7	9				
15	55	10	12	9	11	13	54	12	7	14	11	10				
16	45	9	9	6	5	16	54	14	11	7	9	13				
17	54	10	11	9	8	16	49	13	7	12	9	8				
18	52	8	10	9	10	15	54	12	10	14	8	10				
19	63	11	11	10	13	18	61	14	11	13	11	12				
20	52	8	10	9	8	17	52	13	8	10	9	12				
21	64	14	11	10	11	18	49	11	8	11	9	10				

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

SPSS PARA CORRELACIONAR SPEARMAN.sav [ConjuntoDatos3] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

384 : Visible: 12 de 12 variables

	CALIDAD SERVICIO	ELEMENTOS TOSTAN GIBLES	FIABILIDAD	CAPACIDAD ADDERESPUEST.	SEGURIDAD	EMPATIA	SATISFUSUAR	CALIDAD FUNCION ALPERCI	CALIDAD PERCIBIDA	VALOR PERCIBIDO	CONFIANZA	EXPECTATIVA	var	var	var	var
363	61	8	11	13	13	16	61	16	8	13	13	11				
364	53	9	7	14	10	13	58	14	8	16	9	11				
365	66	13	10	13	13	17	66	17	10	14	12	13				
366	62	12	12	12	14	12	56	15	9	9	10	13				
367	43	11	4	9	12	7	57	10	8	16	12	11				
368	64	15	11	11	14	13	63	16	9	12	13	13				
369	41	5	12	7	5	12	44	12	7	8	6	11				
370	38	6	6	9	7	10	35	7	6	7	7	8				
371	43	5	8	8	8	14	36	7	5	8	9	7				
372	63	15	11	11	13	13	63	16	9	12	13	13				
373	63	15	11	11	13	13	63	16	9	12	13	13				
374	51	9	6	11	11	14	41	12	4	9	10	6				
375	53	14	7	9	11	12	49	12	7	13	8	9				
376	54	11	10	9	9	15	58	12	11	15	9	11				
377	46	11	8	9	8	10	42	10	6	10	8	8				
378	58	10	12	11	10	15	59	14	8	15	11	11				
379	58	13	9	9	11	16	58	14	9	13	10	12				
380	60	13	12	13	12	10	63	13	9	16	12	13				
381	51	11	12	6	12	10	59	13	7	17	11	11				
382	86	18	17	15	16	20	86	22	12	22	15	15				
383	88	16	18	16	17	21	89	21	13	21	16	18				

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

RESULTADOS DE LA CORRELACION DE SPEARMAN.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Título
- Notas
- Conjunto de datos
- Correlaciones
- Registro
- Gráfico
- Título
- Notas
- Dispersión de datos
- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Título
- Notas
- Correlaciones
- Registro
- Gráfico
- Título
- Notas
- Dispersión de datos
- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Título

```

GET
FILE='E:\SPSS PARA CORRELACIONAR SPEARMAN.sav'.
DATASET NAME ConjuntoDatos6 WINDOW=FRONT.
NONPAR CORR
/VARIABLES=CALIDADSERVICIO SATISDEUSUAR
/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG
/MISSING=FAIRWISE.
  
```

**Correlaciones no paramétricas**

[ConjuntoDatos6] E:\SPSS PARA CORRELACIONAR SPEARMAN.sav

**Correlaciones**

Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	Calidad de servicio	Satisfacción de los usuarios
			1,000	,813**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	383	383
	Satisfacción de los usuarios	Coefficiente de correlación	,813**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	383	383

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

```

GRAPH
/SCATTERPLOT (BIVAR)=CALIDADSERVICIO WITH SATISDEUSUAR
/MISSING=LISTWISE.
  
```

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

RESULTADOS DE LA CORRELACION DE SPEARMAN.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Título
- Notas
- Conjunto de datos
- Correlaciones
- Registro
- Gráfico
- Título
- Notas
- Dispersión de datos
- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Título
- Notas
- Correlaciones
- Registro
- Gráfico
- Título
- Notas
- Dispersión de datos
- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Título

```

/VARIABLES=ELEMENTOSTANGIBLES SATISDEUSUAR
/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG
/MISSING=FAIRWISE.
  
```

**Correlaciones no paramétricas**

**Correlaciones**

Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coefficiente de correlación	Elementos tangibles	Satisfacción de los usuarios
			1,000	,582**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	383	383
	Satisfacción de los usuarios	Coefficiente de correlación	,582**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	383	383

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

```

GRAPH
/SCATTERPLOT (BIVAR)=ELEMENTOSTANGIBLES WITH SATISDEUSUAR
/MISSING=LISTWISE.
  
```

**Gráfico**

100

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON H: 273, W: 642 pt.

