



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO
DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO
DE PUTINA PUNCO PROVINCIA
DE SANDIA, 2024

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

JULIACA - PERÚ

2024



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO
DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO
DE PUTINA PUNCO PROVINCIA
DE SANDIA, 2024

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE : 
Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

PRIMER MIEMBRO : 
Dr. Sc. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO

SEGUNDO MIEMBRO : 
Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

ASESOR DE TESIS : 
Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ADMINISTRACIÓN PÚBLICA (5909 – UNESCO)



RESOLUCIÓN N.º 1193-2024-D-FCA-UANCV-J

Juliaca, 04 de octubre 2024

VISTOS:

El Expediente **2024-CU-13823** de fecha **27-09-2024** de **KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO PROVINCIA DE SANDIA, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8º, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haber cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y las atribuciones que confiere el artículo 28º del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller: **KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- * PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
- * Primer miembro : Dr. Sc. SANTOTOMAS LICÍMACO AGUILAR PINTO
- * Segundo miembro : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * Asesor : Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

- * Lugar : salón de Grados y Títulos
- * Fecha : miércoles 09 de octubre de 2024
- * Hora : 11:00 am

ARTICULO CUARTO. – DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad, Secretarías Académicas y Administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quispe
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N° 322-2024-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 30 de julio 2024

VISTOS:

El Expediente: **2024-CU-6946** de fecha 10 de junio de 2024, del **Bach. KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA**, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el **Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO PROVINCIA DE SANDIA, 2024**; conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR Dra. **YENNY ROSARIO ACERO APAZA**.

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS), para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO PROVINCIA DE SANDIA, 2024; presentado por el (la) **Bach. KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - RATIFICAR, como ASESOR a la Dra. **YENNY ROSARIO ACERO APAZA**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER, que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



DISTRIBUCIÓN:
- Decanatura
- Interesado (U)



RESOLUCIÓN N° 119-2024-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 03 de mayo de 2024

VISTOS:

El Expediente: **2024-CU-3292** de fecha 11 de abril de 2024, el cual solicita Revisión de propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA**, quien solicita la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de **Título: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO PROVINCIA DE SANDIA, 2024;** conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la Propuesta de Investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, corroboró la propuesta del ASESOR Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA, quien debe ser acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis).

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO PROVINCIA DE SANDIA, 2024;** presentado por el (la) **Bach. KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER, como ASESOR al **Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



DISTRIBUCIÓN:
- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)



CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL REPOSITORIO MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO PROVINCIA DE SANDIA, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

23%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

17%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

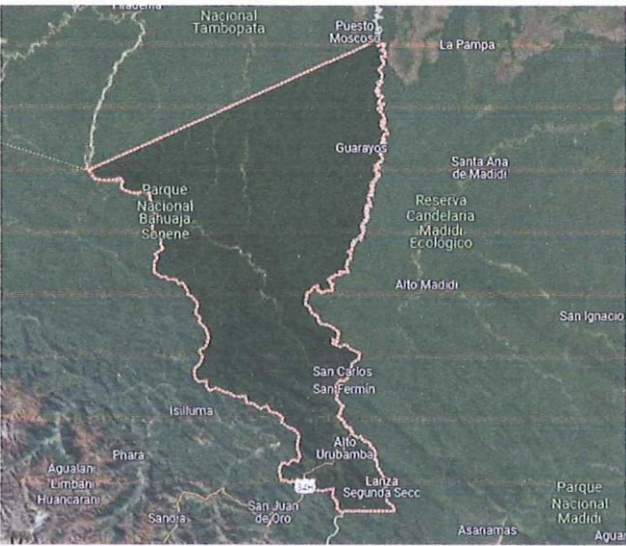
1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	10%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1%



Metadatos complementarios - UANCV

TITULO	
CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO PROVINCIA DE SANDIA, 2024	
Datos de autor	
Nombres y Apellidos	KIMBERLY ENRIQUEZ CAÑAZACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74958368
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0003-8408-1695
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YENNY ROSARIO ACERO APAZA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	01324434
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-9783-7733
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres Y Apellidos	LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Nombres Y Apellidos	SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02291995
Miembro del jurado 2	



Nombres Y Apellidos	ROBBINS FLORES AGUILAR
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02426851
Datos de investigación	
Línea de investigación	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA (5909 - UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>Dirección: Municipalidad distrital San Pedro de Putina Punco País: Perú Departamento: Puno Provincia: Sandia Distrito: San Pedro de Putina Punco Coordenadas: Latitud: -13.56244 Longitud: -69.20477 https://maps.app.goo.gl/FapykfkwuPahZJgp8</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	MAYO 2024 - OCTUBRE 2024
URL de disciplinas OCDE - Librería	<p>Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04 Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02</p>

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
DIRECCIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
Dr. Sc. S. L. Almaco Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN CÍRCULOS ADMINISTRATIVOS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo Kimberly Enriquez Lañazaca, identificado con DNI Nro. 74958368 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

Administración y Negocios Internacionales

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

“ Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la
Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco
Provincia de Sandia, 2024 ”

Asesorado por: Dra. Jenny Rosario Acero Apaza

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.


Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 30 de Octubre del 2024


FIRMA (ASESOR)


FIRMA (obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A nuestro Dios en primer lugar por el gran cuidado en cada instante de mi vida, por guiar mis pasos y llenarme de muchos conocimientos. A mi Mamá Yeni Cañazaca Mamani por su gran amor incondicional, comprensión y apoyo constante. Siempre fuiste padre y madre para mí, trabajaste muchísimo para que pueda lograr mis sueños.



AGRADECIMIENTO

"Mi más sincero agradecimiento a Dios por todas sus bendiciones, por ser un Dios de amor, y por ser mi guía, refugio y fortaleza en los momentos difíciles. A mi querida madre y familia, por sus palabras de aliento y por estar siempre a mi lado en las buenas y en las malas, siendo un pilar fundamental en mi vida. A mi Asesora de Tesis, Dra. Yenny Rosario Acero Apaza, por su invaluable apoyo profesional."



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN	xvi
PALABRAS CLAVE	xvi
ABSTRACT.....	xvii
KEY WORD	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	19
1.2. Delimitación de la investigación.....	21
1.2.1. Delimitación espacial.....	21
1.2.2. Delimitación social	21
1.2.3. Delimitación temporal	21
1.3. Formulación del problema	21
1.4. Justificación del estudio.....	22

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general.....	23
----------------------------	----



2.2. Objetivos específicos23

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación24

3.2. Bases teóricas.....31

3.3. Marco conceptual.....54

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. Hipótesis general.....57

4.2. Hipótesis específicas57

4.3. Variables57

4.4. Operacionalización de variables58

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la investigación60

5.2. Método aplicado a la investigación.....60

5.3. Tipo de investigación.....60

5.4. Nivel de investigación.....61

5.5. Diseño de investigación61

5.6. Población y muestra.....61

5.6.1. Población.....62

5.6.2. Muestra62



5.7. Técnicas e instrumento63

 5.7.1. Técnica.....63

 5.7.2. Instrumento63

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento63

 5.8.1. Confiabilidad.....63

 5.8.2. Validez63

5.9. Procedimiento de tratamiento de datos63

5.10. Contrastación de hipótesis63

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación de resultados70

6.2. Discusión de resultados.....80

CONCLUSIONES82

RECOMENDACIONES84

REFERENCIAS.....86

ANEXOS91

 Matriz de consistencia.....92

 Matriz de datos.....95

 Instrumento97

 Validez del instrumento 101



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables de estudio.....58

Tabla 2. Confiabilidad del instrumento.....63

Tabla 3. Contraste de la hipótesis general.....64

Tabla 4. Contraste de la hipótesis específica 165

Tabla 5. Contraste de la hipótesis específica 266

Tabla 6. Contraste de la hipótesis específica 367

Tabla 7. Contraste de la hipótesis específica 468

Tabla 8. Contraste de la hipótesis específica 569

Tabla 9. Resultados de la normalidad de los datos70

Tabla 10. Niveles de correlación.....71

Tabla 11. Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario71

Tabla 12. Relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario.....73

Tabla 13. Relación entre la empatía y la satisfacción del usuario74

Tabla 14. Relación entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario.....75

Tabla 15. Relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario.....77

Tabla 16. Relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario.....78



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de dispersión entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario 72

Figura 2. Diagrama de dispersión entre la capacidad de respuesta u la satisfacción del usuario 73

Figura 3. Diagrama de dispersión entre la empatía y la satisfacción del usuario 74

Figura 4. Diagrama de dispersión entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario 76

Figura 5. Diagrama de dispersión entre la seguridad y la satisfacción del usuario 77

Figura 6. Diagrama de dispersión entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario 79



RESUMEN

Esta investigación titulada: Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024. Tuvo por objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024. El enfoque al que se recurrió fue cuantitativo, el método deductivo, el diseño no experimental, el tipo básico y el nivel correlacional. La muestra fue compuesta por 96 usuarios a quienes se les aplicó un cuestionario, para determinar la confiabilidad de este instrumento se recurrió al alfa de Cronbach cuyo valor fue de 0,816 el cual asevera que la confiabilidad fue buena. Los resultados de la normalidad de datos indico valores inferiores al alfa, debido a esto se recurrió al coeficiente paramétrico de Pearson, cuyos resultados arrojaron un valor de 0,711, demostrando una correlación positiva media, además es esencial señalar que la estadística de Tau b de Kendall indico un valor de p de 0,000, por ello, se concluyó que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

Palabras clave: Calidad, Satisfacción, Municipalidad



ABSTRACT

This research entitled: Quality of service and user satisfaction in the District Municipality San Pedro de Putina Punco Province of Sandia, 2024. Its general objective was: To determine the relationship between service quality and user satisfaction of the District Municipality of San Pedro de Putina Punco, Province of Sandia, 2024. The approach used was quantitative, deductive method, non-experimental design, basic type and correlational level. The sample was composed of 96 users to whom a questionnaire was applied. To determine the reliability of this instrument, Cronbach's alpha was used, with a value of 0.816, which asserted that the reliability was good. The results of the normality of data indicated values lower than the alpha, due to this we resorted to Pearson's parametric coefficient, whose results showed a value of 0.711, demonstrating an average positive correlation, it is also essential to note that the statistics of Tau b of Kendall indicated a p value of 0.000, therefore, it was concluded that the quality of service is significantly related to user satisfaction of the District Municipality San Pedro de Putina Punco Province of Sandia, 2024.

Key word: Quality, Satisfaction, Municipality.



INTRODUCCIÓN

En un entorno donde la administración pública juega un rol fundamental en el bienestar de la comunidad, es de importancia evaluar y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos. En este contexto, el estudio se centra en analizar cómo las prestaciones ofrecidas por la municipalidad inciden en la percepción y complacencia de los interesados, identificando tanto fortalezas como áreas de oportunidad para optimizar la gestión municipal y, en última instancia, optimar las condiciones de vida de los habitantes del distrito. La evaluación detallada de los servicios municipales permite identificar aspectos que están funcionando bien, así como aquellos que necesitan ser mejorados. Al analizar la percepción y satisfacción de los usuarios, se pueden reconocer los requerimientos y expectativas de la comunidad.

En el primer capítulo, abordamos el problema objeto de estudio, contextualizándolo y delimitándolo en términos espaciales, sociales y temporales. Además, formulamos el problema y justificamos la relevancia de esta investigación en el contexto actual. Posteriormente, en el segundo capítulo, definimos los objetivos generales y específicos que orientan el trabajo, delineando las metas que se buscaron alcanzar a lo largo de esta investigación. El tercer capítulo se sumerge en un análisis teórico, donde se explora los antecedentes, bases teóricas y el marco conceptual que sustentan el estudio. En el cuarto capítulo, formulamos las hipótesis generales y específicas, así como las variables y su operacionalización, delineando el marco teórico en el que se fundamenta la investigación. Continuamos en el quinto capítulo, detallando el procedimiento metodológico que guía la investigación, desde el enfoque hasta las técnicas e instrumentos utilizados para recopilar y analizar los datos. El sexto capítulo presenta los resultados obtenidos y su correspondiente discusión, destacando los hallazgos más relevantes y su significado en el contexto del estudio. Finalmente, se concluye este trabajo con un resumen de las principales conclusiones alcanzadas y las recomendaciones derivadas de estas, así como una lista de referencias que respaldan la investigación.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La excelencia de las prestaciones públicas se basa en que tan complacidos estén los requerimientos y expectativas de los ciudadanos y es responsabilidad del Estado garantizar esto a través de diversos organismos y normativas vigentes. Sin embargo, la administración de los entes municipales en muchos países enfrenta importantes desafíos en la prestación de servicios de alta excelencia. En América Latina, estas dificultades son especialmente evidentes. A pesar de algunos intentos innovadores en países como Chile, México y Argentina, que han impulsado modificaciones en la gestión municipal, persisten problemas considerables debido a la falta de herramientas adecuadas para optimizar la gestión en bien del ciudadano. Las deficiencias en la gestión municipal son comunes en la gran parte de las municipalidades del sur de América Latina, lo cual se refleja en una incapacidad para satisfacer de manera efectiva las necesidades fundamentales de los ciudadanos, lo que puede resultar en una creciente insatisfacción y desconfianza hacia las instituciones gubernamentales locales. Tales falencias pueden manifestarse en la prestación irregular de servicios estatales, la opacidad en la gestión de recursos y una atención inadecuada a las demandas de la ciudadanía (Castillo et al., 2020).

En el contexto peruano, los órganos de gobierno local son los Municipios provinciales y distritales y los delegados por Ley los cuales tienen autonomía económica, política y administrativa en el ámbito de su competencia y de según al Instituto Nacional de Estadística (INEI, 2017) hay un total de 2070 Municipios de los cuales 196 son provinciales y 1874 distritales encargados de gestionar una parte considerable del presupuesto asignado al sector



público nacional, representando un 15.51%. A pesar de gozar de autonomía económica, política y administrativa, se observa un preocupante abandono en la excelencia de la prestación de los servicios estatales al con ciudadano. Estudios previos han revelado que estas entidades a menudo no cumplen con los elementos esenciales que definen la calidad en la prestación de servicios públicos. Esta situación plantea una serie de problemas que impactan directamente en la población y que requieren una intervención inmediata. La calidad de los servicios públicos es un aspecto fundamental para garantizar el bienestar de la sociedad, ya que tiene un impacto directo en la complacencia de los habitantes y en su certeza en las instituciones gubernamentales. No obstante, las carencias en la excelencia de las prestaciones de los municipios generan una serie de consecuencias negativas (Moreno, 2021).

En la Municipalidad Distrital de San Pedro de Putina Punco (Md Spppunco), situada en la provincia de Sandía, hay una creciente preocupación acerca de la excelencia de los servicios que ofrece a sus ciudadanos. La complacencia del beneficiario es un aspecto sustancial para evaluar la eficacia y eficiencia de la gestión municipal, así como para mantener la confianza y bienestar de la comunidad en las instituciones gubernamentales. A pesar de su importancia, persisten dudas sobre la excelencia de las prestaciones municipales y su efecto en la complacencia de los usuarios. Se han identificado deficiencias en varios aspectos, como la atención al público, la gestión de trámites administrativos y el mantenimiento de la infraestructura pública. Esta situación se ve agravada por la falta de investigaciones específicas que aborden detalladamente esta problemática. La escasez de información precisa y actualizada dificulta la diferenciación de sitios de mejora y la implementación de acciones correctivas para optimizar la prestación de los servicios.



1.2. Delimitación de la investigación

1.2.1. Delimitación espacial

La investigación se realizó en el ámbito de la Municipalidad Distrital de San Pedro de Putina Punco, ubicada en la Provincia de Sandia, región Puno, Perú. Esta delimitación espacial incluyó las instalaciones de la municipalidad y las áreas de influencia directa de sus servicios públicos.

1.2.2. Delimitación social

La población objetivo de esta tesis estuvo formada por los usuarios de los servicios brindados por la Municipalidad Distrital de San Pedro de Putina Punco. Esto incluyó a los residentes del distrito que interactuaron con la municipalidad para diversos trámites y servicios. La delimitación social se centró en obtener una perspectiva amplia y representativa de todos los involucrados en la dinámica de servicio y satisfacción.

1.2.3. Delimitación temporal

La investigación se llevó a cabo durante el año 2024, utilizando un enfoque transversal. Los datos se recolectaron en un solo momento en el tiempo. Este enfoque facilitó el análisis de las condiciones actuales sin considerar cambios longitudinales o evolutivos a lo largo del tiempo.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?



1.3.2. Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?
- ¿De qué forma se relaciona la empatía con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?
- ¿De qué manera se relacionan los elementos tangibles con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?
- ¿De qué forma se relaciona la seguridad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?
- ¿Cómo se relaciona la fiabilidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?

1.4. Justificación del estudio

Teórico: Este estudio se fundamenta en teorías relacionadas con la gestión de la excelencia y la satisfacción del cliente en el ámbito municipal. Se recurrirá a modelos teóricos reconocidos, como el modelo SERVQUAL, que brindará un marco conceptual sólido para comprender y evaluar la excelencia de los servicios públicos.

Practico: La excelencia de servicio y la complacencia del consumidor son aspectos fundamentales para evaluar la eficacia de la gestión municipal. Identificar las áreas de optimización en la prestación de servicios estatales permitirá mejorar la experiencia de los ciudadanos y fortalecer la credibilidad en las instituciones gubernamentales.

Metodológico: El nivel de investigación al que se recurrirá en este estudio permitirá explorar la aplicación de técnicas estadísticas adecuadas, como el análisis de correlación, será posible determinar la existencia y el grado de conexión entre estas variables. Además, el diseño de investigación no experimental de tipo transeccional facilitará la recopilación de datos en un momento específico.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

2.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.
- Establecer la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.
- Analizar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024
- Establecer la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.
- Identificar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. A nivel internacional

Holguín y Escobar (2024) en su estudio “Calidad del servicio y su influencia en la complacencia del usuario en ventanilla universal de la empresa pública Autoridad de Tránsito Municipal de Guayaquil, Ecuador”. La finalidad de esta pesquisa fue analizar la excelencia del servicio y su influencia en que tan satisfechos están los consumidores en la ventanilla universal de la Autoridad de Tránsito Municipal de Guayaquil. Se manejó un método cuantitativo. El muestro fue de 144 usuarios, se les empleó una encuesta para recopilar datos. Los resultados indicaron que los entes no logran satisfacer las expectativas de los consumidores, evidenciando un valor de -0.56. Se resaltó que elementos como la seguridad, la fiabilidad y la capacidad de respuesta son fundamentales para el discernimiento de la excelencia del servicio por parte de los beneficiaros. En conclusión, según la percepción de los usuarios, mejorar la excelencia del en la ventanilla universal de la Autoridad de Tránsito Municipal de Guayaquil.

Reyes y Veliz (2021) en su estudio “Calidad del servicio y su conexión con la complacencia al consumidor en el ente público de agua potable del cantón Jipijapa” El objetivo de esta investigación fue analizar la excelencia del servicio y su efecto en la complacencia del usuario en un ente público de Agua Potable. El nivel fue descriptivo, y no experimental. La población objetivo fueron los beneficiaros de dicha empresa, con un total de 606 beneficiaros, de los cuales se eligió a 236 beneficiaros, se utilizó una encuesta. El análisis derivado revela



que varios factores son determinantes. Aspectos como la actitud e imagen del personal, la réplica inmediata fue la atención diferenciada y la respuesta en la resolución de problemas, así como el bienestar de las infraestructuras, muestran una relación positiva con la excelencia de las prestaciones y la complacencia del usuario. Además, se evidencia una percepción por parte de los clientes tienen modernizarse.

Taipe y Tipanguano (2022) en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Gad Municipal del cantón Salcedo”. El propósito de este estudio fue evaluar la calidad del servicio y la complacencia del consumidor en el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) municipal del cantón Salcedo. Se llevó a cabo una revisión bibliográfica para recopilar información relevante sobre el tema, seguida de una investigación de campo para identificar las deficiencias en la prestación de servicios por parte de la municipalidad. Se aplicó una dirección cuantitativa, manejando un cuestionario. La población objetivo fueron los 65,000 habitantes del cantón Salcedo, y el muestro fue 382 usuarios. Los hallazgos denotaron que tanto la excelencia de la prestación como la complacencia del consumidor se encuentran en un rango regularmente adecuado, 135,1% indicando que son adecuadas.

Según Yáñez (2024) en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Transito, cantón Chimbo, Ecuador, 2023”. La finalidad de esta tesis fue investigar cómo la excelente prestación del servicio afecta la complacencia de los beneficiarios de dicha agencia, con el fin de mejorar la gestión integrada al modelo de atención. Se usó un enfoque descriptivo, no experimental y transversal, con un nivel descriptivo correlacional. La muestra fue de 94 usuarios, a quienes se les aplicaron dos cuestionarios, uno para cada variable. Se halló una interrelación moderada, con un valor de $Rho = 0.550$. el análisis indicó que hay una interrelación notable entre la excelencia de las prestaciones y el nivel de deleite de los usuarios.



Según Gancino (2020) en su tesis “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”. El objetivo de esta investigación fue evaluar la calidad de los servicios, utilizando el Índice de Satisfacción del Cliente American Customer Satisfaction Index (ACSI). Se empleó un método cuantitativo con un nivel descriptivo. La muestra fue de 379 participantes, cuya información se recolectó a través de encuestas. Los resultados revelaron un valor de r de 0,738 con un valor de p (sig) de 0,000. Estos hallazgos destacaron una serie de problemas, como la diminuta correspondencia entre las expectativas, la falta de accesibilidad e inclusión, la deficiente entrega de información y el bajo nivel de profesionalismo del personal. Además, se observó un uso inadecuado del sitio web y una insatisfacción generalizada con la calidad de los servicios públicos recibidos. Estos resultados señalan una problemática de gestión administrativa en la Municipalidad de Ambato, especialmente relacionada con las quejas de los ciudadanos.

3.1.2. A nivel nacional

Según Canales (2023) en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL), Tumbes, Perú, 2021”, se centró en investigar cómo la excelencia del servicio influye en la complacencia de los parroquianos en dicho ente público. El estudio adoptó el método cuantitativo, también el correlacional y transversal no experimental. Para el acopio de datos, se empleó una encuesta a una muestra de 286 beneficiarios. El análisis reveló un valor de P de 0.530, mostrando una relación positiva media. Además, el valor de significancia fue de inferior al alfa, demostrando una incidencia notable de la excelencia del servicio en la complacencia de los beneficiarios. Por lo tanto, se concluye que la excelencia del servicio impacta sustancialmente en el deleite de los beneficiarios de la SUNAFIL, Tumbes, 2021.



Malpartida et al (2022) en su estudio “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en un ente comercializador de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo Lima, 2021”. El propósito primordial fue instituir la conexión entre la excelencia del servicio y que tan complacido este el consumidor en una compañía dedicada a la comercialización de sistemas de climatización. La tesis se efectuó a cabo por medio de un enfoque cuantitativo y un diseño de estudio no experimental transeccional y correlacional. Para el acopio de los datos, se esgrimió una encuesta distribuida a un muestro de 100 clientes. Tras examinar minuciosamente los datos recopilados, se reveló una conexión sólida y significativa de 0.822. Estos resultados respaldan la presencia de una relación sustancial entre la excelencia del servicio ofrecido y la complacencia del usuario en la empresa estudiada.

Según Silva et al (2021) en su tesis “Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en las empresas turísticas de Canchaque-Perú. La intención del estudio fue investigar la conexión entre la excelencia del servicio y el deleite del consumidor en dichas empresas. Se uso una dirección cuantitativa. El acopio de datos se ejecutó por medio de una encuesta administrada a una muestra de 196 participantes. Los resultados obtenidos revelaron una significancia estadística con un valor inferior a 0.05. Subsiguientemente, se concluye que la excelencia del servicio en los hospedajes turísticos de Canchaque tiene una misión crucial en la satisfacción de los turistas. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora tanto en restaurantes como en medios de transporte, lo que sugiere oportunidades para optimizar la experiencia turística en el distrito.

De acuerdo con Puchuri (2023) en su tesis “Calidad del servicio y la satisfacción del cliente de las agencias de cajas municipales de ahorro y crédito, Los Olivos Lima, 2022”. El propósito fundamental fue explorar la conexión entre lo excelente del servicio y el deleite del usuario en dichas agencias. Se realizó un estudio de investigación aplicada, empleando un método cuantitativo y un diseño transversal no experimental. Se recolecto información por



medio de encuestas distribuido entre 383 clientes, así como mediante entrevistas directas con los mismos. Los resultados evidenciaron una interrelación sustancial, determinada mediante el uso del estadístico de Spearman. Se intuye que la excelencia en la prestación de servicios del servicio ofrecido tiene un resultado continuo en la complacencia del consumidor. Estos hallazgos recalcan lo esencial de mantener y óptima prestación de servicios como una estrategia fundamental para incrementar la complacencia de los clientes y fortalecer las relaciones con ellos.

De acuerdo con Farfan (2022) en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en una unidad de gestión educativa local de Apurímac – Perú, 2021”. El objetivo del estudio fue analizar la influencia de la excelencia del servicio en la complacencia del usuario en una Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) de Apurímac durante el año 2021. La investigación se realizó por medio de un enfoque cuantitativo. La población objetivo consistió en los docentes del nivel secundario, a 326 docentes, el muestro fue de 70 docentes. Para la recolección de información, se usó una técnica de encuesta mediante un cuestionario como instrumento. Los hallazgos del estudio revelaron que la variable calidad de servicio tiene una influencia significativa del 62.6% en la complacencia del usuario. Se concluye que las prestaciones del servicio brindada por la UGEL de Apurímac poseen una secuela considerable en la complacencia de los beneficiarios, particularmente los docentes del nivel secundario.

3.1.3. A nivel regional o local

De acuerdo Mamani (2022) en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de las bibliotecas públicas en las Municipalidades Provinciales de la región Puno 2020”. El objetivo principal fue establecer relación entre la calidad del servicio ofrecido en las bibliotecas públicas de las municipalidades provinciales en la región de Puno y la complacencia de los usuarios. Esta investigación adoptó una orientación cuantitativa. La muestra fue 11 bibliotecarios responsables y 368 beneficiarios de estas bibliotecas. La cogida de datos se



realizó mediante encuestas. Los hallazgos denotaron que la mayoría de las bibliotecas municipales evaluadas mostraron un bajo acatamiento de los mecanismos de la Norma Técnica, siendo las bibliotecas de Puno y Moho las excepciones con un nivel alto. Sin embargo, la complacencia de los beneficiarios en general sigue siendo baja. Como conclusión, se destaca la necesidad de capacitar al personal de las bibliotecas municipales en la región de Puno para mejorar la excelencia del servicio ofrecido y así poder satisfacer las expectativas y necesidades de los usuarios de manera más efectiva.

De acuerdo con Machaca (2023) en su tesis "Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el CHIFA YOYAD Puno-2022". El propósito primordial de este estudio fue identificar la correlación entre la excelencia del servicio en dicho chifa. Se empleó un enfoque metodológico descriptivo correlacional, La muestra fue de 334 clientes del establecimiento. Los resultados obtenidos revelaron un coeficiente de correlación de $r = 0,367$, con un nivel de significancia de 0,000. Este hallazgo demuestra la existencia de una relación estadísticamente significativa. Se observó que la oferta de un servicio de calidad, que abarca aspectos como la preparación y presentación de los productos, la infraestructura, la seguridad y la atención proporcionada por el personal (mozos), incide efectivamente en la complacencia del cliente.

De acuerdo con Apaza (2023) en su tesis "Calidad de servicio y su relación con la satisfacción al cliente de la Tienda Modas Invierno en la Ciudad de Juliaca 2023". El propósito de esta investigación fue establecer la relación entre la excelencia del servicio y la complacencia del cliente en la tienda Modas Invierno de Juliaca año 2023. Se manejó un método cuantitativo, con un diseño aplicativo y nivel relacional. Se basó en un diseño no experimental, utilizando la técnica de encuesta. Para ello, se aplicó un cuestionario como instrumento a 43 participantes. El análisis estadístico de Pearson reveló una conexión positiva muy elevada, con un coeficiente de 0,899. Además, el análisis basado en Tau b de Kendall



mostró una relación significativa, con un P-valor de 0,000. En consecuencia, se concluye que existe una relación significativa entre la excelencia del servicio y el deleite del parroquiano en la tienda Modas Invierno de Juliaca durante el año 2023.

Bruna et al (2020) en su investigación “Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en Caja Huancayo, Agencia San Martin de la ciudad de Juliaca, Periodo 2020”. El propósito primordial fue analizar la conexión entre la excelencia de servicio y el grado de deleite del usuario en Caja Huancayo, agencia San Martin de la ciudad de Juliaca, durante el período 2020. La pesquisa se efectuó bajo un orientación descriptiva-correlacioné. Se utilizó una muestra concertada por 120 clientes. Se recolecto datos por medio de un cuestionario. Los resultados muestran que el servicio prestado en la Caja Huancayo, Agencia San Martin, tiene un nivel de calidad deficiente, con un porcentaje del 51%. Además, se evidenció una falta de comunicación efectiva en la atención al cliente, lo que refleja una falta de profesionalismo por parte del personal de la institución. Esta situación conduce a una insatisfacción del cliente, con un porcentaje del 52%. Además, la rho obtenida fue de 0.623, con un p valor de 0,000, esto evidencia una relación positiva media. Se concluye que la calidad de servicio prestado en la Caja Huancayo, Agencia San Martin, durante el período 2020, es deficiente, lo que contribuye a una insatisfacción generalizada entre los clientes.

Según Mamani (2022) en su tesis “Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios en Agentes BCP en la Provincia de San Román - Juliaca 2022”. La finalidad de esta pesquisa fue analizar la interrelación entre la excelencia del servicio y la complacencia de los consumidores en los agentes del BCP en la provincia de San Román. Se uso un método cuantitative. La población de estudio fue la provincia de San Román – Juliaca, y se utilizó una muestra de 80 consumidores que visitan los agentes. Para el acopio de información, se aplicó un cuestionario. Los hallazgos revelaron una interrelación positiva fuerte de 0,876, con un p valor de 0,000. Estos hallazgos evidencian que la calidad del servicio en los agentes del BCP



tenía una interrelación sustancial con la complacencia de los beneficiarios. En consecuencia, se sugiere a la entidad BCP continuar manteniendo y mejorando la excelencia de la prestación ofrecida en sus agentes para asegurar la complacencia de sus clientes.

3.2. Bases teóricas

- *Calidad de servicio*

Se fundamenta en las expectativas de los clientes como un punto de partida esencial para las organizaciones. Estas expectativas no solo definen el estándar esperado, sino que también ofrecen una oportunidad valiosa para la diferenciación en el mercado. Aquellas empresas que no solo satisfacen, sino que superan las expectativas del cliente, destacan como eficientes y de alta calidad, lo que les otorga una ventaja competitiva significativa. Este enfoque no solo fortalece las relaciones con los consumidores, asimismo consolida la reputación y el posicionamiento de la empresa en su sector respectivo (Perez, 2022).

La excelencia en el servicio constituye un componente esencial para el éxito empresarial, dado que directamente afecta la percepción y fidelidad de los clientes, así como la reputación de la marca. Cuando una compañía ofrece un servicio sobresaliente que excede las expectativas del cliente, se genera una experiencia positiva que no solo fortalece la retención de clientes, sino que también estimula la recomendación de la marca a otros potenciales consumidores. Este hecho confiere una ventaja competitiva importante en un mercado saturado, donde las empresas que se destacan por su calidad de servicio ganan una reputación favorable y la confianza de su clientela (Perez, 2022).

Según lo expuesto por Perez (2022) algunas características de la calidad de respuesta comprenden:

- **Atención personalizada:** La atención personalizada implica adaptar el servicio a las necesidades específicas de cada cliente, mostrando empatía y comprensión hacia sus preferencias y expectativas. Esto requiere una escucha activa para entender lo que cada



cliente busca y necesita. Al personalizar el servicio, se demuestra al cliente que es valorado como individuo y no solo como un número más. Esta atención se puede manifestar en recordar preferencias anteriores, ofrecer recomendaciones basadas en sus intereses específicos y proporcionar soluciones adaptadas a sus problemas particulares. La clave está en hacer sentir al cliente especial y atendido de manera única.

- **Consistencia:** La consistencia en el servicio se refiere a mantener un nivel constante de calidad en cada interacción con el cliente. Esto significa que, sin importar el día, la hora, o el miembro del personal que atienda, la experiencia del cliente debe ser siempre positiva y predecible. Lograr esta consistencia requiere de procesos estandarizados, entrenamiento continuo del personal y un monitoreo constante de la calidad del servicio. Cuando los clientes saben que pueden confiar en recibir un buen servicio cada vez, se fortalece la fidelidad y la satisfacción a largo plazo.
- **Conocimiento y Competencia:** El personal capacitado y bien informado es fundamental para proporcionar respuestas precisas y útiles a los clientes. Esto no solo demuestra profesionalismo, sino también dominio del producto o servicio que se ofrece. El conocimiento profundo permite resolver dudas, anticipar necesidades y ofrecer soluciones efectivas. Además, la competencia del personal se traduce en una mayor eficiencia y eficacia en la atención, lo que mejora la experiencia del cliente y refuerza la reputación de la empresa como experta en su área.
- **Retroalimentación y Mejora Continua:** Recoger y analizar las opiniones y comentarios de los clientes es una práctica vital para identificar áreas de mejora y adaptar los servicios en consecuencia. La retroalimentación puede provenir de encuestas, reseñas, sugerencias directas o estudios de mercado. Utilizar esta información para implementar cambios demuestra a los clientes que sus opiniones son valoradas y que la empresa está comprometida con la mejora continua. Este enfoque no solo ayuda a corregir



problemas, sino también a innovar y ofrecer mejores experiencias que superen las expectativas de los clientes.

- **Valor añadido:** Proveer algo extra que supere las expectativas del cliente puede ser un factor decisivo para su satisfacción y lealtad. Este valor añadido puede tomar la forma de beneficios adicionales, descuentos especiales, o una atención extra que haga sentir al cliente especial. La clave está en sorprender y deleitar al cliente con algo que no esperaba pero que aprecia, lo que refuerza la percepción positiva de la empresa y fomenta el boca a boca positivo. Este enfoque ayuda a diferenciar la empresa de la competencia y a construir relaciones más fuertes y duraderas con los clientes.
- **Confianza y transparencia:** Mantener una comunicación abierta y honesta con los clientes es fundamental para generar confianza. La transparencia en las políticas y prácticas de la empresa asegura que los clientes sepan exactamente qué esperar y reduce la incertidumbre o desconfianza. Ser claro sobre precios, términos y condiciones, y estar dispuesto a admitir errores y corregirlos, son prácticas que refuerzan la confianza. Cuando los clientes sienten que pueden confiar en la empresa, es más probable que desarrollen una relación duradera y leal, lo que beneficia a ambas partes a largo plazo.

3.2.1.1. Capacidad de respuesta.

En el servicio al cliente se define como la aptitud y disposición de un ente para abordar y complacer de forma eficiente y oportuna las solicitudes y necesidades de sus clientes. Esto implica la habilidad de la empresa para resolver de forma rápida y eficiente cualquier consulta, problema o requerimiento que puedan tener los clientes, asegurando así una experiencia positiva y satisfactoria en cada interacción. Esta capacidad no solo implica responder con prontitud, sino también ofrecer respuestas de alta calidad, garantizando que los clientes reciban la atención adecuada y se sientan apreciados por parte de la empresa (Polo, 2023).



La aptitud de responder a los requerimientos del consumidor se presenta como un aspecto vital en la gestión empresarial contemporánea. Esta habilidad abarca la capacidad y disposición de una empresa para complacer de forma eficaz y rápida las solicitudes y preocupaciones de sus consumidores. Más allá de solo reaccionar ante consultas o problemas, implica resolver de forma ágil y completa cualquier inquietud o petición planteada por los clientes, asegurando así una experiencia satisfactoria en cada interacción. La esencia de esta capacidad radica en la prontitud y efectividad con que la empresa atiende las demandas del cliente, ofreciendo respuestas de calidad que aborden de manera integral sus necesidades. Esto se traduce en un servicio centrado en el cliente, donde cada interacción se ve como una oportunidad para mostrar aprecio y atención hacia ellos (Polo, 2023).

Según Polo (2023) algunas características de la capacidad de respuesta son:

- **Prontitud:** La prontitud denota la habilidad de una empresa para responder con rapidez y puntualidad a lo que necesitan los consumidores. Esto implica actuar sin dilaciones innecesarias, proporcionando soluciones rápidas y eficaces que cumplan con las expectativas del cliente dentro de un marco de tiempo razonable. La prontitud resulta crucial para brindar un servicio de excelencia y mantener a los consumidores satisfechos, dado que estos valoran altamente una respuesta rápida y efectiva a sus inquietudes
- **Personalización:** La personalización supone ofrecer soluciones y respuestas adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente. Esto implica comprender las preferencias, deseos y circunstancias individuales de cada cliente, y proporcionar respuestas que reflejen esta comprensión. La personalización puede manifestarse de diversas formas, como ofrecer productos o servicios a medida, brindar recomendaciones basadas en el historial de compras o preferencias del cliente, o proporcionar un trato individualizado y atención personalizada.



- **Accesibilidad:** La accesibilidad se define a la habilidad con la que los consumidores pueden aprobar a los canales de comunicación y contacto con la empresa para expresar sus solicitudes y recibir respuestas rápidas y efectivas. Esto implica garantizar la disponibilidad de múltiples canales de comunicación, como teléfono, correo electrónico, chat en línea o redes sociales, y asegurar que estos canales sean accesibles y fáciles de usar para los clientes. La accesibilidad resulta fundamental para brindar un servicio de excelencia y complacer los requerimientos de los consumidores de manera eficaz.
- **Flexibilidad:** La flexibilidad denota la capacidad de la empresa para adaptarse a los escenarios en constante cambio y a las necesidades variables de los clientes. Esto implica estar preparado para ajustar respuestas y soluciones según sea necesario, ya sea debido a cambios en las preferencias o requerimientos del cliente, o a situaciones inesperadas que puedan surgir.

3.2.1.2. Empatía.

La empatía se define como la habilidad de instituir conexiones profundas con las personas, construir relaciones sólidas y establecer un entorno donde los consumidores se sientan verdaderamente comprendidos, apreciados y respetados. Es crucial reconocer y entender las preocupaciones, requerimientos y sentimientos de los consumidores para proporcionarles una experiencia positiva y ganar su confianza y fidelidad. Al mostrar empatía, los profesionales del servicio al cliente pueden establecer un vínculo auténtico con los clientes, demostrando una atención personalizada y una genuina disposición para abordar sus inquietudes (Parra, s.f).

La relevancia de la empatía en el servicio al cliente reside en su habilidad para forjar vínculos auténticos y establecer relaciones duraderas con los clientes. Cuando los agentes de servicio al cliente exhiben empatía, reflejan una comprensión genuina de las inquietudes,



necesidades y sentimientos de los clientes. Esto genera un ambiente donde los clientes se sienten apreciados, escuchados y valorados, lo cual contribuye a una experiencia positiva y fortalece la conexión entre el cliente y la empresa. La empatía también es esencial para cultivar la confianza y la fidelidad de los clientes. Cuando estos perciben que son comprendidos y que sus preocupaciones son tomadas en serio, están más inclinados a confiar en la empresa y a mantener una relación a largo plazo. Además, la empatía capacita a los profesionales del servicio al cliente para anticipar las necesidades de los clientes y ofrecer soluciones personalizadas que satisfagan sus expectativas de manera efectiva (Parra, s.f).

Según Parra (s.f) algunas características de la empatía comprenden:

- **Comprensión genuina:** Implica mostrar una auténtica comprensión de las preocupaciones, necesidades y emociones del cliente, evitando juzgar o minimizar sus sentimientos y, en su lugar, demostrando empatía y validando sus experiencias. Este aspecto se fundamenta en aceptar al cliente incondicionalmente y en estar dispuesto a entender su punto de vista, lo que contribuye a generar confianza y fortalecer la relación entre el cliente y la empresa.
- **Escucha activa:** Consiste en prestar una atención completa y concentrada a lo que el cliente está comunicando, tanto verbal como no verbalmente. Incluye hacer preguntas clarificadoras, parafrasear lo que se ha dicho y mostrar un interés genuino en comprender la situación del cliente. La escucha activa es esencial para establecer una comunicación efectiva y para identificar de manera precisa las necesidades del cliente.
- **Respeto:** Implica tratar al cliente con cortesía, consideración y respeto en todas las interacciones de servicio, reconociendo su dignidad y valor como individuo. Es fundamental mantener una actitud profesional y amable en todo momento, incluso en situaciones difíciles o conflictivas. El respeto hacia el cliente ayuda a crear un ambiente



de confianza y colaboración mutua, facilitando así una experiencia positiva para ambas partes.

- **Empatía emocional:** Se refiere a conectar emocionalmente con el cliente, mostrando sensibilidad y comprensión hacia sus sentimientos y experiencias. Esto implica colocarse en el lugar del consumidor y tratar de concebir cómo se siente en una situación determinada. La empatía emocional ayuda a establecer una conexión más profunda con el cliente y a fortalecer la relación, al demostrar al cliente que sus emociones son válidas y son tenidas en cuenta.

3.2.1.3. Elementos tangibles.

Los elementos tangibles se refieren a los elementos tangibles que los consumidores logran percibir y experimentar directamente al interactuar con un servicio o establecimiento. Estos elementos incluyen todo lo que es perceptible a través de los sentidos, como el mobiliario, dispositivos, instalaciones y materiales utilizados durante la prestación del servicio. En resumen, constituyen la parte física y visible de la experiencia del cliente, proporcionando una impresión palpable y concreta que afecta su percepción y satisfacción con el servicio recibido (Gómez, 2023).

La relevancia de los elementos tangibles en los servicios se evidencia en su capacidad directa para impactar la percepción y satisfacción del cliente. Estos aspectos físicos y concretos, como mobiliario e instalaciones, son perceptibles durante la interacción con el servicio, ofreciendo una impresión palpable que influye en la percepción global del servicio. Su calidad y presentación no solo moldean la imagen de la empresa, sino que también desempeñan un rol crucial para crear una experiencia positiva para el consumidor. Al atender y mantener estos elementos tangibles, las empresas pueden mejorar la impresión que los clientes tienen de su servicio, lo que puede fortalecer la fidelidad del cliente y la reputación de la marca (Gómez, 2023).



De acuerdo a Gómez (2023) menciona algunas características de los elementos tangibles

- **Visibilidad:**

La visibilidad se refiere a los aspectos físicos y tangibles que los clientes pueden percibir directamente durante su interacción con el servicio. Esto incluye elementos como el diseño del entorno físico, la disposición de los productos o servicios, la apariencia del personal, la calidad de los materiales utilizados y cualquier otro aspecto que pueda ser visto, tocado o experimentado directamente por los clientes. Por ejemplo, en un restaurante, la visibilidad puede incluir la decoración del local, la limpieza de las mesas y la presentación de los platos. Estos aspectos tienen un impacto directo en la percepción que los clientes tienen del servicio y en su experiencia general.

- **Percepción sensorial:**

La percepción sensorial abarca todos los elementos que pueden ser percibidos a través de los sentidos, como la vista, el oído, el olfato, el tacto y el gusto. Esto incluye aspectos como el diseño visual del lugar, la música ambiental, el aroma en el ambiente, la textura de los materiales utilizados y el sabor de los productos ofrecidos. Estos elementos sensoriales contribuyen a crear una experiencia multisensorial para el cliente, que puede influir significativamente en su percepción del servicio y en su satisfacción. Por ejemplo, en un spa, la música suave, el aroma relajante y la suavidad de las toallas pueden contribuir a crear un ambiente de relajación y bienestar para los clientes.

- **Calidad del diseño:**

La calidad del diseño se refiere a la atención y cuidado dedicados a la creación y presentación de los elementos visibles y sensoriales del servicio. Esto incluye aspectos como la coherencia estética, la funcionalidad, la originalidad y la atención al detalle en el diseño de los espacios, productos o servicios ofrecidos. Un diseño de alta calidad puede transmitir una



imagen de profesionalismo, excelencia y compromiso con la satisfacción del cliente, mientras que un diseño deficiente puede generar una impresión negativa y afectar la percepción de la marca. Por ejemplo, en una tienda, un diseño de escaparate creativo y atractivo puede captar la atención de los clientes y motivarlos a entrar y explorar los productos ofrecidos.

- Impacto en la experiencia del cliente:

Los elementos tangibles tienen un impacto significativo en la experiencia del cliente, ya que contribuyen a crear una impresión general del servicio y a influir en la percepción de la marca. Una buena visibilidad, una experiencia sensorial agradable y un diseño de alta calidad pueden mejorar la experiencia del consumidor, aumentar su satisfacción y fortalecer su lealtad hacia el ente. Por otro lado, una visibilidad deficiente, una experiencia sensorial desagradable o un diseño descuidado pueden generar una experiencia negativa para el cliente y afectar su percepción de la empresa, es importante comprender estos enfoques y asegurarse de que contribuyan positivamente a la experiencia del cliente.

3.2.1.4. Seguridad.

En el ámbito de los servicios, la seguridad se refiere a la capacidad de los miembros del equipo de atención al cliente y clientes potenciales para generar confianza y tranquilidad durante las interacciones con la empresa o negocio. Esta noción subraya la esencia de la competencia y profesionalismo del personal, así como su habilidad para crear un entorno seguro y fiable para los clientes. La seguridad se manifiesta a través de características como un conocimiento experto en su área, un trato amable, empatía hacia las necesidades del cliente y una capacidad de respuesta rápida ante cualquier situación que pueda surgir (Gómez, 2023).

La importancia de la seguridad en el ámbito de los servicios reside en su capacidad para generar confianza y tranquilidad en los clientes durante sus interacciones con la empresa. Cuando los clientes perciben seguridad al interactuar con el equipo de atención al cliente y al considerar los servicios ofrecidos, están más dispuestos a confiar en la empresa y a establecer



relaciones duraderas. La seguridad refleja la competencia y profesionalismo del personal, así como su habilidad para crear un ambiente fiable que promueva una experiencia positiva para el cliente. Además, está relacionada con aspectos cruciales como el conocimiento experto, el trato amable, la empatía hacia las necesidades del cliente y la capacidad de respuesta rápida ante cualquier situación. En resumen, la seguridad en los servicios es esencial para construir y mantener la confianza del cliente, lo que a su vez impulsa la lealtad, la satisfacción y la reputación positiva de la empresa (Gómez, 2023).

Según Gómez (2023) algunos aspectos a considerar de la seguridad incluyen:

- **Confianza:**

La seguridad en los servicios inspira confianza en los clientes al transmitirles la sensación de que la empresa está totalmente comprometida en satisfacer sus necesidades de manera competente y fiable. Esto establece una relación de confianza recíproca donde el cliente se siente seguro al confiar en el personal y los servicios de la empresa.

- **Tranquilidad:**

La seguridad proporciona a los clientes una sensación de calma al asegurarles que sus intereses y datos están protegidos y que recibirán un servicio sin problemas ni contratiempos. Esto les permite a los clientes interactuar con la empresa sin preocupaciones, lo que contribuye a una experiencia tranquila y satisfactoria.

- **Profesionalismo:**

La seguridad refleja el alto nivel de profesionalismo del personal y la empresa en su conjunto, mostrando que están capacitados y preparados para abordar cualquier situación de manera adecuada y competente. Esto demuestra un compromiso serio con la excelencia en el servicio y fortalece la confianza del cliente en la empresa.

- **Ambiente seguro:**



La creación de un entorno seguro y confiable para los clientes es esencial para garantizar una experiencia positiva. Esto implica proporcionar un espacio físico y emocional donde los clientes se sientan cómodos y protegidos durante sus interacciones con la empresa. Un ambiente seguro promueve la confianza y la satisfacción del cliente, lo que contribuye a su fidelidad a largo plazo.

3.2.1.5. Fiabilidad.

La fiabilidad, de acuerdo con la definición de Zeithaml et al (2009) citado en Calixto et al (2017), se describe como la capacidad de un ente para brindar de forma sólida el servicio prometido. Esto implica proporcionar el servicio de manera correcta desde el principio, sin errores ni fallos. Esta dimensión engloba todos los aspectos que permiten al consumidor percibir la capacidad y profesionalismo de la organización. En resumen, la fiabilidad se trata de la confiabilidad y consistencia en la entrega del servicio, lo que genera una sensación de seguridad y confianza en los clientes hacia la empresa.

La fiabilidad es esencial para cualquier ente, ya que garantiza la satisfacción del cliente al ofrecer un servicio constante y de calidad en cada interacción. Esta consistencia establece credibilidad y confianza, aspectos fundamentales para mantener relaciones comerciales sólidas y promover la fidelidad del cliente. Además, una reputación de fiabilidad refuerza la imagen de marca de la empresa, posicionándola como una elección preferida en el mercado. En un contexto competitivo, la fiabilidad puede ser un diferenciador clave, destacando a la empresa entre la competencia y atrayendo a más clientes (Zeithaml et al., 2009).

De acuerdo a Zeithaml et al., (2009) las características de la fiabilidad son:

- Consistencia:

Ofrecer un servicio uniforme y constante en todas las interacciones con el cliente, sin importar el momento o el canal utilizado. Esto implica mantener un estándar coherente de calidad y atención al cliente en todas las fases del proceso, desde el primer contacto hasta el



seguimiento posterior a la venta. La consistencia en el servicio brinda al cliente una experiencia predecible y fiable, aumentando así su confianza en la empresa y fortaleciendo la relación a largo plazo.

- **Cumplimiento de compromisos:**

Consta de la habilidad de la empresa para efectuar de formado confiable con los plazos, promesas y acuerdos establecidos con el cliente. Esto implica no solo satisfacer las expectativas del cliente, sino también superarlas siempre que sea posible. Cuando una empresa cumple consistentemente con sus compromisos, demuestra su fiabilidad y compromiso con la satisfacción del cliente, fortaleciendo así la confianza y la lealtad hacia la marca.

- **Mantenimiento de estándares:**

Implica mantener niveles consistentes de calidad y servicio a lo largo del tiempo, sin comprometer la calidad en ningún momento. Esto requiere establecer y mantener altos estándares en todos los aspectos del servicio, desde la atención al cliente hasta la entrega del producto o servicio. Al mantener estos estándares de manera constante, la empresa puede asegurar una experiencia satisfactoria y confiable para el cliente en todo momento, lo que contribuye a su satisfacción y fidelización.

- **Seguimiento y retroalimentación:**

La empresa debe monitorear de forma continua la satisfacción del cliente y estar abierta a recibir retroalimentación para mejorar constantemente sus servicios y procesos. Esto incluye recopilar comentarios y opiniones de los clientes de manera regular y utilizar esta información para contemplar áreas de progreso y ejercer métodos correctivos. El seguimiento y la retroalimentación son fundamentales para asegurar que la empresa esté alineada con los requerimientos y perspectivas cambiantes de los consumidores, y para mantener altos niveles de satisfacción y lealtad del cliente.



3.2.2. Satisfacción del usuario

Se describe como el grado en que los usuarios de un producto, servicio o experiencia están contentos con su uso. Implica que las perspectivas y requerimientos del usuario han sido cumplidas o incluso superadas, lo que genera un sentimiento positivo hacia la experiencia en general. La complacencia del usuario es un factor clave de la excelencia y éxito de cualquier producto y/o servicio, ya que usuarios satisfechos suelen ser más propensos a seguir utilizando el producto, recomendarlo a otros y tener una percepción favorable de la marca (Hammond, 2023)

La importancia de la complacencia del usuario reside en su capacidad para reflejar el nivel de satisfacción y éxito alcanzado por un producto, servicio o experiencia. Cuando los usuarios experimentan satisfacción y contento en su uso, esto indica que sus expectativas y necesidades han sido cumplidas o incluso superadas, generando así una percepción positiva hacia la experiencia en su conjunto. La complacencia del usuario no solo sirve como indicador de la excelencia de las prestaciones, también de la eficacia del ente en entender y complacer los requerimientos del cliente. La complacencia del usuario constituye un elemento crucial para la excelencia y el triunfo de cualquier producto y/o servicio, dado que los usuarios satisfechos suelen mostrar mayor disposición a continuar utilizando el producto, recomendarlo a otros y mantener una percepción favorable de la marca (Hammond, 2023).

Según la perspectiva de Hammod (2023), las características de la satisfacción incluyen:

- Experiencias positivas y memorables:

La satisfacción del usuario se logra mediante experiencias que son tanto positivas como memorables, construyendo así una conexión emocional con la marca y aumentando la probabilidad de que los clientes repitan sus compras. Estas experiencias van más allá de simplemente satisfacer las necesidades básicas, buscando crear momentos únicos que dejen una impresión duradera en la mente del cliente. Al generar experiencias positivas y



memorables, se fomenta la fidelidad del cliente y se fortalece la relación con la marca a largo plazo.

- Compromiso con la satisfacción del cliente:

Una empresa que pone énfasis en la satisfacción del usuario demuestra un fuerte compromiso con la excelencia de las prestaciones al consumidor en todas las áreas de su operación. Esto implica no solo ofrecer productos y servicios de alta calidad, sino también estar atentos a las necesidades cambiantes del cliente y actuar en consecuencia. Al centrarse en la satisfacción del cliente, la empresa demuestra su disposición para escuchar y responder a los comentarios del cliente, abordar problemas de manera proactiva y trabajar constantemente para mejorar la experiencia del cliente en general.

- Percepción favorable de la marca:

La complacencia del usuario es fundamental para generar una imagen positiva de la marca en el mercado. Cuando los consumidores están complacidos con sus experiencias, es más posible que brinden opiniones positivas con otros, lo que ayuda a la reputación de la marca y su diferenciación frente a la competencia. Una percepción positiva de la marca puede abrir nuevas oportunidades y fortalecer su posición en la industria, ya que los clientes confían en la marca y están dispuestos a mantener una relación a largo plazo.

3.2.2.1. Percepción del servicio.

La percepción se define como la sensación interna que surge de una impresión material captada por los sentidos del cuerpo. Dentro del ámbito del consumidor, la percepción se refiere a la impresión subconsciente que un consumidor crea sobre una prestación, basada en estímulos y sensaciones asociadas con una empresa. En otras palabras, la percepción del consumidor es la representación mental que se forma a partir de las experiencias sensoriales y emocionales ligadas a una marca o entidad comercial (Zendesk, 2023).



La importancia de la percepción del consumidor radica en su influencia directa sobre las decisiones de compra y en la creación de relaciones a largo plazo entre los clientes y las marcas. Esta percepción es crucial ya que determina cómo los consumidores interpretan y valoran los productos, servicios y marcas disponibles en el mercado. Las impresiones subconscientes que los clientes forman sobre una marca o producto afectan su disposición para comprarlo, recomendarlo a otros y, en última instancia, mantener una relación continua con la empresa. La percepción del consumidor está estrechamente ligada a la imagen de marca y la reputación de la empresa. Una percepción positiva puede impulsar la preferencia de los consumidores hacia una marca, mientras que una percepción negativa puede alejarlos (Zendesk, 2023).

De acuerdo a Zendesk (2023) la percepción del servicio incluye ciertos aspectos:

- **Subjetividad:**

La percepción del consumidor es altamente subjetiva, lo que significa que cada individuo la experimenta de manera única. Este fenómeno se debe a que está influenciado por una variedad de factores personales, como experiencias pasadas, valores, creencias y emociones. Por ejemplo, dos personas pueden tener diferentes percepciones sobre la misma marca o producto debido a sus experiencias de vida, preferencias personales o incluso estado de ánimo en el momento de la compra. La subjetividad de la percepción del consumidor destaca la importancia de comprender la diversidad y complejidad de las audiencias objetivo al desarrollar estrategias de marketing y gestión de la marca.

- **Influencia de los estímulos externos:**

La percepción del consumidor puede ser moldeada por una variedad de estímulos externos que interactúan con sus procesos cognitivos y emocionales. Estos estímulos incluyen la publicidad, el boca a boca, las experiencias de compra previas y la información disponible sobre el producto o servicio. Por ejemplo, una campaña publicitaria convincente puede influir

en la percepción del consumidor sobre la calidad de un producto, mientras que las reseñas positivas de otros consumidores pueden aumentar su confianza en una marca. La capacidad de los estímulos externos para impactar en la percepción del consumidor resalta la importancia de una gestión efectiva de la comunicación y la reputación de la marca.

- Interpretación selectiva:

Los consumidores tienden a interpretar la información de manera selectiva, enfocándose en ciertos aspectos del producto o servicio mientras ignoran otros, dependiendo de sus necesidades, intereses y experiencias previas. Esta interpretación selectiva se basa en la idea de que los individuos tienen recursos cognitivos limitados y, por lo tanto, deben seleccionar qué información procesar y cuál ignorar. Por ejemplo, un consumidor puede prestar más atención a las características del producto que se alinean con sus necesidades específicas, mientras pasa por alto las que no son relevantes para él. La interpretación selectiva destaca la importancia de identificar y comprender las motivaciones y preferencias individuales de los consumidores al diseñar estrategias de marketing y desarrollo de productos.

3.2.1.1. Eficiencia.

La eficiencia juega un papel fundamental en la gestión y ejecución de cualquier actividad, ya que refleja el grado en que las acciones planificadas se realizan utilizando de manera óptima los recursos disponibles para alcanzar los objetivos establecidos. A diferencia de la eficacia, que se centra en el logro de objetivos, la eficiencia pone énfasis en cómo se logran esos objetivos, procurando que se haga con el menor uso posible de recursos, tiempo y costos (Guarin, 2020).

Lo importante de la eficiencia está en la capacidad para maximizar el rendimiento con el mínimo desperdicio. Una organización eficiente no solo cumple con sus metas, sino que lo hace de una manera que minimiza el gasto y maximiza la productividad. La eficiencia es esencial para mantener la competitividad en el mercado, ya que permite ofrecer prestaciones



de alta excelencia a un menor costo. Esto, a su vez, mejora de la sostenibilidad del ente a largo plazo. Al lograr una mayor eficiencia, una organización puede fortalecer su posición competitiva, reducir precios, aumentar la complacencia del comprador y optimar la moral del individual (Guarin, 2020).

De acuerdo a la perspectiva de Guarín (2020) la eficiencia muestra ciertas características:

- Reducción de costos y tiempo:

La eficiencia se centra en reducir tanto los costos como el tiempo requerido para llevar a cabo una actividad o alcanzar un resultado deseado. Esto se logra mediante la identificación y eliminación de actividades innecesarias, la mejora de los procesos y procedimientos para hacerlos más eficientes, y el uso de tecnologías y herramientas que aceleran la ejecución de tareas. La reducción de costos y tiempo no solo aumenta la rentabilidad de la organización, sino que también mejora su capacidad para responder rápidamente a las demandas del mercado y adaptarse a los cambios en el entorno empresarial.

- Procesos bien definidos:

La eficiencia depende de tener procesos claros y bien estructurados que permitan realizar tareas de manera uniforme y repetitiva con el menor esfuerzo y error posible. Procesos bien definidos proporcionan un marco estándar para llevar a cabo actividades, lo que minimiza la variabilidad y mejora la consistencia. Documentar y estandarizar los procedimientos asegura que todos los miembros del equipo sigan los mismos pasos y métodos, reduciendo el tiempo necesario para realizar tareas y disminuyendo la probabilidad de errores. Además, facilita la capacitación de nuevos empleados y la implementación de mejoras continuas.

- Coste-beneficio:

Evaluar constantemente la relación coste-beneficio es esencial para asegurar que los recursos están siendo utilizados de la manera más efectiva posible. Esta evaluación implica



analizar el impacto y los resultados de cada acción en comparación con los recursos invertidos. Al identificar actividades y procesos que ofrecen el mayor beneficio con el menor costo, las organizaciones pueden optimizar sus operaciones y maximizar la eficiencia. Este enfoque también ayuda a priorizar iniciativas y proyectos que proporcionen el mayor valor, asegurando una asignación inteligente y eficiente de los recursos disponibles.

- Delegación adecuada:

La eficiencia se beneficia de una delegación adecuada de tareas, asignando responsabilidades a las personas más capacitadas para llevarlas a cabo. Delegar adecuadamente evita sobrecargas de trabajo y optimiza el uso del talento humano, asegurando que cada tarea se realice de manera eficiente y efectiva. Identificar las habilidades y fortalezas de cada miembro del equipo permite distribuir las tareas de manera que se aprovechen al máximo las capacidades individuales. Además, la delegación adecuada fomenta el desarrollo profesional y la motivación del equipo al confiar en sus habilidades y ofrecer oportunidades para asumir responsabilidades.

- Retroalimentación y ajuste rápido:

Implementar sistemas de retroalimentación continua es crucial para identificar y corregir rápidamente cualquier desvío o problema en los procesos. La retroalimentación constante permite detectar áreas de mejora y tomar medidas correctivas de manera oportuna, manteniendo los procesos eficientes y alineados con los objetivos. Estos sistemas pueden incluir revisiones regulares, reuniones de equipo, y herramientas tecnológicas que faciliten la recopilación y análisis de datos. Al mantener un ciclo de retroalimentación y ajuste rápido, las organizaciones pueden adaptarse rápidamente a cambios y desafíos, mejorando continuamente la eficiencia operativa.

3.2.1.2. Eficacia.

La eficacia se centra en la capacidad de alcanzar los objetivos establecidos de manera oportuna y conforme a lo planeado. Este concepto pone énfasis en la finalización exitosa de las tareas dentro de los plazos y condiciones previstos. En resumen, la eficacia se refiere a la habilidad para cumplir con los objetivos de manera efectiva, asegurando que se concluyan en el tiempo y la forma esperados (Cardenas, 2023).

La eficacia es vital en el funcionamiento de una empresa, ya que asegura el logro exitoso de sus objetivos dentro de los plazos y condiciones previstos. Este concepto no solo implica cumplir con las metas establecidas, sino también hacerlo de manera efectiva, optimizando el uso de recursos y garantizando la competitividad en el mercado. Al ser eficaz, una organización puede adaptarse a los cambios, mantenerse ágil y responder de manera efectiva a las demandas del entorno empresarial. Además, la eficacia promueve el crecimiento sostenible al impulsar las percepciones de las personas sobre la empresa y la satisfacción del consumidor (Cardenas, 2023).

Siguiendo a Cardenas (2023) el cual menciona las características de la eficacia:

- Optimización de recursos:

La optimización de recursos implica utilizar los recursos disponibles de manera eficiente para maximizar los resultados y minimizar los desperdicios. Esto incluye recursos tangibles como materiales, equipos y mano de obra, así como recursos intangibles como tiempo y conocimiento. La optimización de recursos implica identificar y utilizar los recursos de manera efectiva, asignándolos de manera adecuada a las actividades y proyectos que generen el mayor valor para la organización. Al hacerlo, se maximiza el rendimiento de los recursos disponibles y se minimiza el riesgo de recursos subutilizados o mal asignados.

- Reducción de costos y tiempo:



La eficacia busca reducir tanto los costos como el tiempo requerido para llevar a cabo una actividad o alcanzar un resultado deseado. Esto implica identificar y eliminar actividades innecesarias, mejorar los procesos y procedimientos para hacerlos más eficientes, y utilizar tecnologías y herramientas que aceleren la ejecución de tareas. La reducción de costos y tiempo no solo aumenta la rentabilidad de la organización, sino que también mejora su capacidad para responder rápidamente a las demandas del mercado y adaptarse a los cambios en el entorno empresarial.

- Claridad de objetivos:

La claridad de objetivos es fundamental para la eficacia, ya que se basa en la definición precisa y clara de lo que se desea alcanzar. Sin objetivos bien definidos, es difícil medir el progreso y el éxito. Los objetivos claros proporcionan una dirección específica y un propósito, lo que ayuda a enfocar los esfuerzos y recursos hacia metas concretas. Además, los objetivos bien definidos facilitan la comunicación dentro del equipo y aseguran que todos los miembros entiendan y trabajen hacia los mismos fines. Establecer objetivos claros y específicos es el primer paso para lograr la eficacia en cualquier proyecto o tarea.

- Planificación y organización:

La eficacia se apoya en una planificación meticulosa y en una organización adecuada de tareas y responsabilidades. La planificación implica desarrollar un plan detallado que desglosa las acciones necesarias para alcanzar los objetivos definidos. Una buena planificación considera los recursos disponibles, establece plazos realistas y anticipa posibles obstáculos. La organización adecuada de tareas y responsabilidades asegura que cada miembro del equipo sepa exactamente lo que debe hacer, cuándo y cómo. Esta estructuración permite que las acciones se alineen con los objetivos, optimizando el uso del tiempo y los recursos.

- Trabajo en equipo:



La colaboración y el trabajo en equipo son esenciales para lograr la eficacia. Un equipo que trabaja bien en conjunto puede aprovechar las fortalezas individuales y las sinergias del grupo, lo que lleva a resultados superiores. La comunicación efectiva, la confianza mutua y la cohesión del equipo son factores clave que contribuyen a un trabajo en equipo exitoso. Fomentar un ambiente de colaboración donde cada miembro se sienta valorado y motivado para contribuir es crucial para maximizar la productividad y alcanzar los objetivos de manera eficiente.

- **Medición y evaluación:**

Para ser eficaz, es esencial contar con métodos y herramientas de medición que permitan evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos. La medición y evaluación continuas ayudan a identificar qué está funcionando y qué no, permitiendo ajustes y mejoras en el proceso. Esto incluye el uso de indicadores de rendimiento clave (KPIs), revisiones periódicas y retroalimentación constante. La evaluación no solo mide el progreso, sino que también proporciona información valiosa para la toma de decisiones y la planificación futura. Implementar un sistema robusto de medición y evaluación es crucial para asegurar la eficacia a largo plazo.

3.2.1.3. Expectativas.

Las expectativas del cliente engloban todas las situaciones y resultados que un cliente anticipa y espera de cada interacción con una empresa o servicio. Esto comprende no solo lo que el cliente desea obtener, sino también la calidad del servicio al cliente, la experiencia de compra, la atención personalizada y cualquier otro aspecto relevante para su satisfacción (Londoño, 2023).

Comprender y cumplir las expectativas del consumidor es sustancial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier empresa. Al anticipar y satisfacer lo que los clientes esperan de una interacción con la empresa, se promueve su satisfacción y lealtad. Esto a su vez fortalece



la reputación de la marca, la diferenciación competitiva y la rentabilidad a largo plazo. Superar las expectativas del cliente puede convertirse en un poderoso motor para el crecimiento empresarial, generando clientes satisfechos que regresan y recomiendan la empresa a otros (Londoño, 2023).

Según Londoño (2023) algunas características de las expectativas incluyen

- Escucha activa:

La escucha activa implica estar completamente presente y atento a las requerimientos, deseos y preocupaciones del consumidor durante toda la interacción. Esto implica no solo oír lo que el cliente está diciendo, sino también comprender su perspectiva y emociones detrás de sus palabras. Al practicar la escucha activa, los profesionales del servicio al cliente pueden demostrar empatía y mostrar al cliente que sus preocupaciones son valoradas y tomadas en serio. Esto fortalece la relación con el cliente y aumenta la satisfacción del mismo, ya que se sienten escuchados y comprendidos.

- Personalización:

La personalización implica ofrecer soluciones y servicios adaptados a las necesidades específicas de cada cliente. Esto es más complicado que simplemente complacer los requerimientos básicos, y se trata de proporcionar una experiencia única y relevante para cada cliente. Al personalizar los servicios, la empresa muestra al cliente que se preocupa por su bienestar individual y está dispuesta a adaptarse a sus preferencias y circunstancias únicas. Esto fortalece la lealtad del cliente y aumenta la probabilidad de retención a largo plazo.

- Seguimiento:

El seguimiento constante implica verificar regularmente si las expectativas del cliente se están cumpliendo y tomar medidas correctivas si es necesario. Esto puede incluir realizar encuestas de satisfacción, solicitar comentarios del cliente después de una transacción o seguimiento posterior a la venta para asegurarse de que el cliente esté satisfecho con el producto



o servicio. Al realizar un seguimiento activo, la empresa demuestra su compromiso con la complacencia del consumidor y su disposición para corregir cualquier problema.

- Cultura centrada en el cliente:

Fomentar una cultura organizacional centrada en el consumidor implica que toda la empresa, desde la alta dirección hasta los empleados de primera línea, priorice los requerimientos y perspectivas del consumidor en todas las áreas de la empresa. Esto implica establecer políticas, procedimientos y prácticas que pongan al cliente en el centro de todas las decisiones comerciales y operativas. Al promover una cultura centrada en el cliente, la empresa puede garantizar una experiencia coherente y de alta calidad para todos los clientes, lo que aumenta la complacencia del consumidor y fortalece la notoriedad del ente.

- Individualidad:

Las expectativas de los clientes varían significativamente de una persona a otra, ya que cada individuo tiene necesidades, deseos y experiencias previas diferentes que influyen en sus expectativas. Comprender esta individualidad es crucial para proporcionar un servicio efectivo y satisfactorio. Esto implica prestar atención a las señales y feedback específicos de cada cliente, así como personalizar las interacciones para satisfacer sus necesidades únicas. Al reconocer y respetar la individualidad de cada cliente, se puede mejorar la experiencia del cliente, aumentar su satisfacción y fomentar su lealtad.

- Dinamismo:

Las expectativas de los clientes no son estáticas; cambian con el tiempo y pueden ser influenciadas por nuevas experiencias, información y cambios en el entorno. Este dinamismo requiere que los entes se conserven flexibles y adaptables para satisfacer las expectativas en constante evolución de sus clientes. Estar al tanto de las tendencias del mercado, los cambios tecnológicos y las nuevas necesidades de los clientes es esencial para anticiparse y responder de manera efectiva.



3.3. Marco conceptual

- Administración:

Comprende un proceso holístico que abarca la planificación, organización, dirección y control de los recursos de una entidad con el propósito de lograr metas específicas de manera eficiente y efectiva. Este proceso implica la toma de decisiones estratégicas y la coordinación de actividades para garantizar el óptimo funcionamiento de la organización, maximizando el rendimiento y minimizando los desperdicios (Quiroa, 2024).

- Clima organizacional:

El clima organizacional describe las percepciones y actitudes de los miembros de una organización hacia su entorno laboral. Incluye aspectos como la comunicación interna, el apoyo recibido, el reconocimiento de logros, la equidad en el trato y la participación en las decisiones. Un clima positivo influye en el comportamiento y desempeño de los empleados, promoviendo un ambiente laboral saludable y productivo (Orellana, 2029).

- Gestión pública:

La gestión pública consiste en una serie de procesos, estrategias y actividades ejecutadas por el gobierno para gestionar recursos y servicios en favor de la comunidad. Incluye la planificación, organización, dirección y control de las políticas públicas y proyectos estatales, con el propósito de complacer los requerimientos de la población y fomentar el desarrollo social, económico y ambiental. Este ámbito engloba la creación y ejecución del presupuesto, la implementación de políticas en diversas áreas como economía, sociedad y medio ambiente, la administración de recursos humanos y materiales, la provisión de servicios públicos (tales como educación, salud y seguridad) y la regulación y supervisión de diferentes actividades económicas y sociales.

- Innovación organizacional:



La innovación organizacional consiste en la introducción de nuevas ideas, productos, servicios o prácticas dentro de una empresa con el fin de mejorar su eficiencia, eficacia y competitividad. Este proceso implica creatividad, experimentación y la implementación de cambios que aportan valor añadido y crean ventajas competitivas sostenibles. La innovación organizacional es crucial para adaptarse a las fluctuaciones del mercado y mantener una posición destacada en el sector (Palomino, 2022).

- Liderazgo:

El liderazgo se define como la capacidad de influir y guiar a individuos o grupos hacia el logro de metas y objetivos compartidos. Un líder efectivo inspira y motiva a sus seguidores, utilizando habilidades de comunicación, toma de decisiones y resolución de conflictos para fomentar su desarrollo personal y profesional. El liderazgo es esencial para crear una visión compartida y dirigir esfuerzos colectivos hacia su realización, promoviendo la cohesión y el compromiso del equipo (Aden, 2024).

- Motivación:

La motivación se define como el conjunto de factores internos y externos que impulsan a una persona a realizar determinadas acciones para alcanzar objetivos específicos. Estos factores pueden incluir incentivos financieros, reconocimiento, satisfacción personal, entre otros. La motivación es esencial para mantener el compromiso y el rendimiento de los empleados, ya que afecta directamente su disposición a esforzarse y lograr las metas propuestas (Peiró, 2024).

- Retroalimentación:

La retroalimentación es el proceso mediante el cual se proporciona información a los individuos sobre su desempeño o comportamiento, con el fin de reforzar acciones positivas y corregir aspectos negativos. Este proceso es fundamental para el desarrollo personal y profesional, ya que permite a las personas identificar sus fortalezas y áreas de mejora. Una



retroalimentación efectiva debe ser específica, constructiva y oportuna, facilitando el crecimiento continuo y el aprendizaje (Ortega, s.f.).

- Participación ciudadana:

La participación ciudadana se refiere a la capacidad de los ciudadanos para involucrarse activamente en los asuntos públicos y en la toma de decisiones que afectan a su comunidad, ya sea a nivel local, nacional o internacional. Esto puede implicar participar en procesos electorales, formar parte de organizaciones cívicas, presentar propuestas, expresar opiniones en audiencias públicas o contribuir con ideas y acciones para mejorar la sociedad. La participación ciudadana es fundamental para fortalecer la democracia, fomentar la rendición de cuentas y garantizar que las políticas y acciones gubernamentales reflejen los intereses y necesidades de la ciudadanía (Pérez, 2023)

- Transparencia:

La transparencia se refiere a la apertura y accesibilidad de la información sobre las actividades, decisiones y recursos de las instituciones públicas y privadas. Implica que estas entidades divulguen de manera clara, comprensible y oportuna información relevante para que los ciudadanos puedan entender cómo operan y tomar decisiones informadas. La transparencia es fundamental para combatir la corrupción, fortalecer la confianza en las instituciones, promover la rendición de cuentas y empoderar a los ciudadanos para participar de manera efectiva en la vida democrática (Rouse, 2024).



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. Hipótesis general

La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

4.2. Hipótesis específicas

- La capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.
- La empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.
- Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.
- La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.
- La fiabilidad se relaciona directamente con satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

4.3. Variables

V1. Calidad de servicio.

V2. Satisfacción del usuario.



4.4. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables de estudio

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN
V1: Calidad de servicio	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> Tiempo de espera para recibir atención en la municipalidad. Rapidez en la resolución de consultas o trámites. Disponibilidad de personal para atender las necesidades de los usuarios. 	Ordinal
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> Amabilidad y cortesía del personal durante el proceso de atención. Interés mostrado por comprender las necesidades y preocupaciones del usuario. Nivel de personalización en la atención. 	
	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> Estado de las instalaciones físicas de la municipalidad (limpieza, orden, comodidad). Calidad y accesibilidad de los materiales informativos (folletos, carteles, etc.). Apariencia y presentación del personal y de los recursos utilizados durante la atención (uniformes, equipamiento, etc.). 	
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> Confidencialidad en el manejo de la información del usuario. Medidas de seguridad implementadas para proteger la integridad de los datos y documentos de los usuarios. Percepción de los usuarios sobre su seguridad física al visitar las instalaciones de la municipalidad. 	
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de los compromisos y plazos establecidos para la realización de trámites o servicios. Exactitud y precisión en los datos proporcionada por el personal. Consistencia en la excelencia del servicio ofrecido. 	

V2: Satisfacción del usuario	Percepción del servicio	<ul style="list-style-type: none">• Evaluación general de la calidad.• Sentimiento de complacencia o insatisfacción después de interactuar con el personal o utilizar los servicios.• Opinión sobre la atención brindada en términos de cortesía, amabilidad y profesionalismo.
	Eficiencia	<ul style="list-style-type: none">• Tiempo total dedicado por el usuario para completar un trámite o recibir un servicio.• Número de pasos o procesos requeridos para satisfacer una necesidad o resolver un problema.• Evaluación de la rapidez y agilidad en la entrega de resultados o soluciones por parte de la municipalidad.
	Eficacia	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de las expectativas del usuario en cuanto a los resultados obtenidos.• Grado de resolución de problemas o satisfacción de necesidades tras la interacción con la municipalidad.• Impacto percibido de los servicios municipales.
	Expectativas	<ul style="list-style-type: none">• Comparación entre los requerimientos previos del consumidor y la experiencia real de uso de los bienes.• Grado de alineación entre lo prometido por la municipalidad y lo entregado en términos de calidad y satisfacción.• Nivel de acuerdo entre lo esperado por el usuario y lo que considera como un servicio óptimo por parte de la municipalidad.

Nota. En estas tablas se establecen las variables, dimensiones e indicadores del estudio.



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la investigación

El enfoque desarrollado fue el cuantitativo.

El enfoque cuantitativo se distingue por utilizar la recopilación de datos con el fin de verificar hipótesis mediante mediciones numéricas y análisis estadísticos. Su principal objetivo es identificar patrones de comportamiento y confirmar teorías mediante la aplicación rigurosa de métodos cuantitativos (Hernández et al., 2014).

5.2. Método aplicado a la investigación

El método desarrollado fue el deductivo.

Es una estrategia dentro del proceso científico que comprende la creación de hipótesis, su verificación mediante experimentación y la derivación de conclusiones a partir de los resultados obtenidos. Este enfoque se distingue por su proceder de "de lo general a lo específico", donde se parte de principios amplios para generar predicciones específicas que pueden ser probadas experimentalmente

5.3. Tipo de investigación

El tipo al que se recurrió fue el básico.

La investigación básica se inicia y progresa en contextos teóricos, con la finalidad de expandir el conocimiento científico sin estar directamente orientada hacia aplicaciones prácticas inmediatas. Este tipo de investigación se distingue por su atención en la comprensión y exploración de fenómenos fundamentales, teorías y principios subyacentes, sin



necesariamente tener como propósito resolver problemas concretos o aplicar los descubrimientos de manera inmediata en la práctica (Orden, 2017).

5.4. Nivel de investigación

El nivel fue el correlacional

Se enfoca en determinar la relación entre dos o más variables sin intervenir deliberadamente en ninguna de ellas. En lugar de ello, se observa y se mide cómo varían conjuntamente las variables en un contexto específico. Este tipo de investigación permite identificar si existe una asociación entre las variables y, en caso afirmativo, la dirección y la fuerza de esta relación. En resumen, la investigación correlacional busca entender la relación entre variables sin manipulación experimental, permitiendo explorar patrones y conexiones en un contexto dado (Behar. 2008).

5.5. Diseño de investigación

El diseño fue el no experimental-transversal.

El diseño no experimental se caracteriza por no manipular deliberadamente la variable de estudio y por llevar a cabo la recolección de datos y el análisis en un momento específico y en el entorno natural donde se desarrollan los fenómenos objeto de estudio. En este tipo de diseño, el investigador observa y registra los eventos tal como ocurren en su contexto habitual, sin intervenir directamente en el proceso. El enfoque principal de este diseño es describir y comprender los fenómenos tal como se presentan en la realidad, sin introducir cambios controlados (Hernández et al., 2014).

5.6. Población y muestra



5.6.1. Población

La población en una investigación se refiere al conjunto total de individuos, objetos o eventos que comparten características comunes y son objeto de estudio, representando el universo al que se desean generalizar los resultados de la investigación.

La población de este estudio comprendió a 500 usuarios que tomaron los servicios de las diversas gerencias y sub gerencias de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco.

5.6.2. Muestra

En contraste, la muestra es un subconjunto representativo de la población, una porción más pequeña y manejable seleccionada para participar en el estudio. Esta selección se realiza para facilitar la recolección y análisis de datos, ya que trabajar con toda la población puede ser impráctico o imposible debido a restricciones de tiempo, costos o acceso.

Se desarrolló la siguiente fórmula denominada “muestreo aleatorio simple” para determinar la muestra:

Donde:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

N= 500 (población)

Z=1.96 (nivel de confianza).

p= 0.5 (probabilidad de éxito).

q= 0.5 (probabilidad de fracaso).

e= 0.09 (margen de error).

$$n = \frac{500 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.09^2 * (500 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

n= 96 usuarios de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco.



5.7. Técnicas e instrumento

5.7.1. Técnica

La técnica desarrollada fue la encuesta.

5.7.2. Instrumento

El instrumento al que se recurrió fue el cuestionario.

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento

5.8.1. Confiabilidad

La confiabilidad desarrollada fue mediante el alfa de Cronbach.

Tabla 2

Confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,816	27

Nota. En esta tabla se establece la fiabilidad de alfa de Cronbach.

Interpretación:

El hallazgo obtenido de la tabla 2 denota que el instrumento empleado fue bueno.

5.8.2. Validez

El juicio de expertos fue el medio por el cual se evaluó la validez del instrumento.

5.9. Procedimiento de tratamiento de datos

Los datos fueron procesados por medio del SPSS V25.

5.10. Contrastación de hipótesis

Las hipótesis fueron contrastadas bajo las siguientes características:



- Proposición de a hipótesis nula (H0) y la alterna (H1)
- Alfa=0.05
- Estadística: regresión lineal (prueba paramétrica).
- Decisión del p-valor, si es mayor al alfa se acepta H0 y si es menor se acepta H1.
- **Planteamiento de la hipótesis general**

H0: La calidad de servicio no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

H1: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Estadística**

Tabla 3

Contraste de la hipótesis general

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,542	,051	10,484	,000
N de casos válidos		96			

Nota. El coeficiente de tau b de Kendall de esta tabla establece un p valor significativo.

- **Decisión**

La tabla 3 nos demuestra que la significancia es de 0,000, por ende, aceptamos la H1, la cual expone que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Planteamiento de la hipótesis específica 1**

H0: La capacidad de respuesta no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

H1: La capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Estadística**

Tabla 4

Contraste de la hipótesis específica 1

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,435	,057	7,328	,000
N de casos válidos		96			

Nota. El coeficiente de tau b de Kendall de esta tabla establece un p valor significativo.

- **Decisión**

La tabla 4 demuestra que la significancia adquirida es de 0,000, por ello se acepta la H1, en consecuencia, se ratifica que la capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Planteamiento de la hipótesis específica 2**

H0: La empatía no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

H1: La empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Estadística**

Tabla 5

Contraste de la hipótesis específica 2

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,563	,047	11,285	,000
N de casos válidos		96			

Nota. El coeficiente de tau b de Kendall de esta tabla establece un p valor significativo.

- **Decisión**

Debido a que en la tabla 5, hay una significancia de 0,000, se acepta la H1, la cual establece que la empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Planteamiento de la hipótesis específica 3**

H0: Los elementos tangibles no se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

H1: Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Estadística**

Tabla 6

Contraste de la hipótesis específica 3

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,328	,063	5,133	,000
N de casos válidos		96			

Nota. El coeficiente de tau b de Kendall de esta tabla establece un p valor significativo.

- **Decisión**

Ya que la tabla 6 nos muestra una significancia de 0,000, se acepta el planteamiento de la H1, por ende, se afirma que los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Planteamiento de la hipótesis específica 4**

H0: La seguridad no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

H1: La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Estadística**

Tabla 7

Contraste de la hipótesis específica 4

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,291	,076	3,810	,000
N de casos válidos		96			

Nota. El coeficiente de tau b de Kendall de esta tabla establece un p valor significativo.

- **Decisión**

La tabla 7 nos muestra que la significancia es de 0,000, por ello, aceptamos la H1 y, por ende, la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Planteamiento de la hipótesis específica 5**

H0: La fiabilidad no se relaciona directamente con satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

H1: La fiabilidad se relaciona directamente con satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

- **Estadística**

Tabla 8

Contraste de la hipótesis específica 5

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,319	,071	4,459	,000
N de casos válidos		96			

Nota. El coeficiente de tau b de Kendall de esta tabla establece un p valor significativo.

- **Decisión**

La tabla 8 indica que la significancia es de 0,000, lo que permite aceptar la H1, gracias a este hallazgo se ratifica que la fiabilidad se relaciona directamente con satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.



CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación de resultados

En este apartado, se mostró todos los hallazgos, a través de tablas y figuras, estos resultados van de la mano con los objetivos planteados, además a partir de estos se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Tabla 9

Resultados de la normalidad de los datos

	Kolmogórov Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	,073	96	,210*
Satisfacción del usuario	,077	96	,240*

Nota. Esta tabla establece que las variables siguen el supuesto de normalidad.

Interpretación:

La tabla 9 indica que los datos siguen una distribución normal debido que en ambas variables el p valor adquirido fue de mayor al 0,05, por ello se eligió el coeficiente paramétrico de Pearson.



Tabla 10

Niveles de correlación

-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Nota. Información tomada de Hernández et al., (2014).

Tabla 11

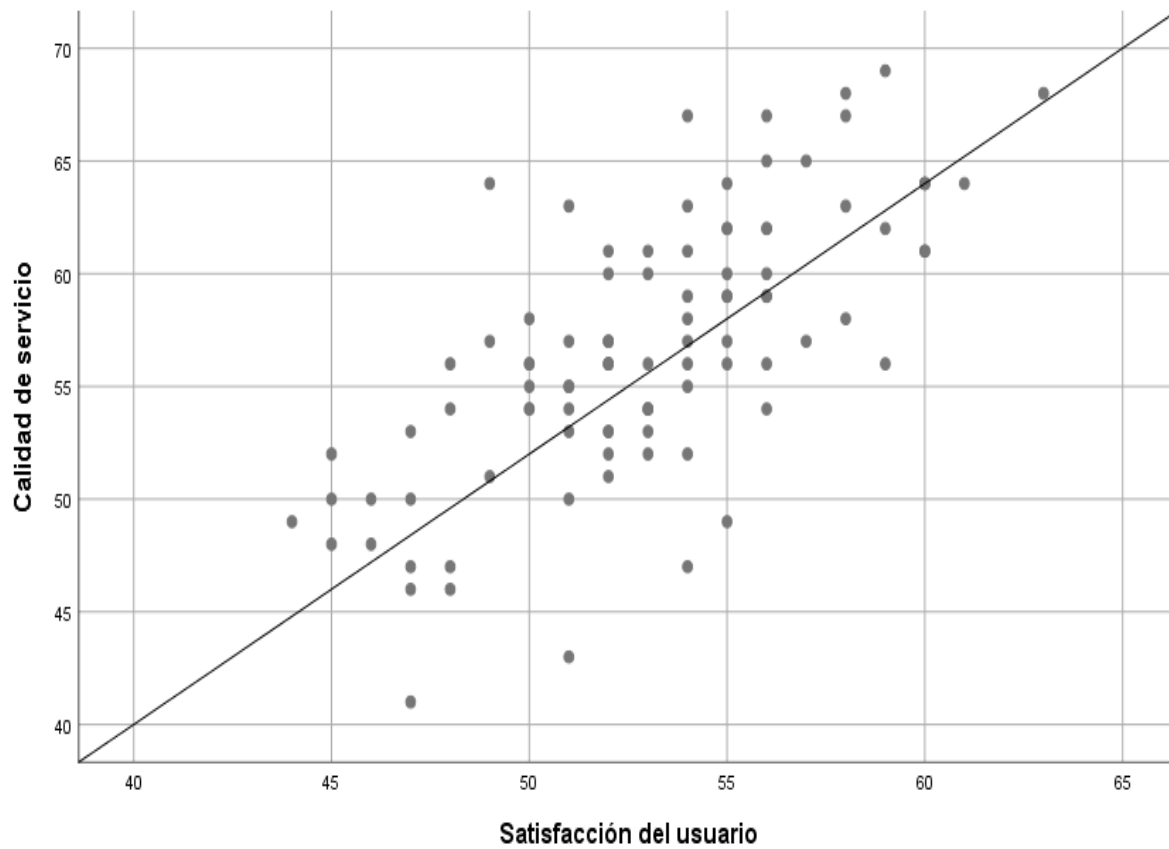
Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario

		Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	1	,711**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	96	96
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,711**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	96	96

Nota. En esta tabla el coeficiente Pearson revela una correlación positiva.

Figura 1

Diagrama de dispersión entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario



Nota. Esta figura proviene de los datos presentados en la tabla 11.

Interpretación:

La tabla 11 muestra el valor de 0,711, el cual muestra una correlación de positiva media, esto indica que entre mayor sea la calidad de servicio, mayor será la satisfacción del usuario en la Md Sppunco, 2024. Este análisis subraya lo esencial de conservar estándares altos de excelencia en el servicio para mejorar la percepción y complacencia de los beneficiarios en la municipalidad.

Tabla 12

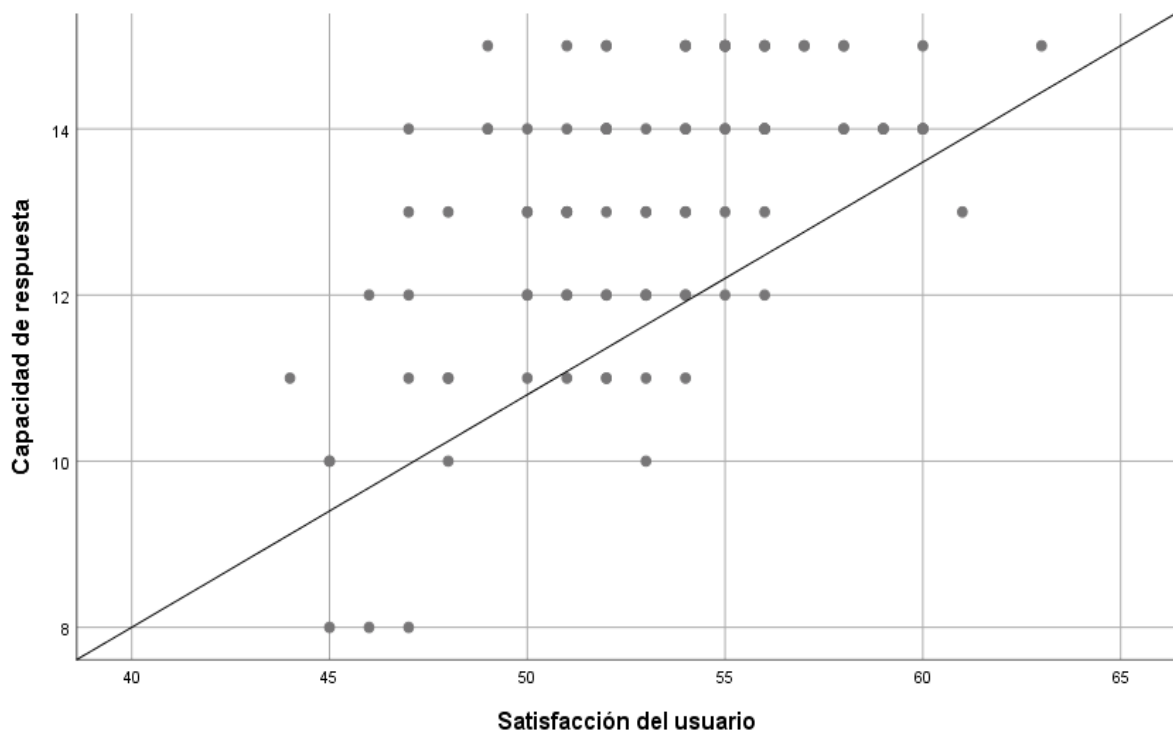
Relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario

		Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Capacidad de respuesta	Correlación de Pearson	1	,600**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	96	96
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,600**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	96	96

Nota. En esta tabla el coeficiente Pearson revela una correlación positiva.

Figura 2

Diagrama de dispersión entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario



Nota. Esta figura proviene de los datos presentados en la tabla 12.

Interpretación:

La tabla 12 señala un valor de 0,600, esto nos indica que la correlación es positiva media, en otras palabras, entre mayor sea la capacidad de respuesta, mayor será la satisfacción del usuario en la Md Sppunco, 2024. Este resultado destaca la importancia de mejorar la capacidad de respuesta para incrementar la satisfacción de los usuarios en dicha entidad.

Tabla 13

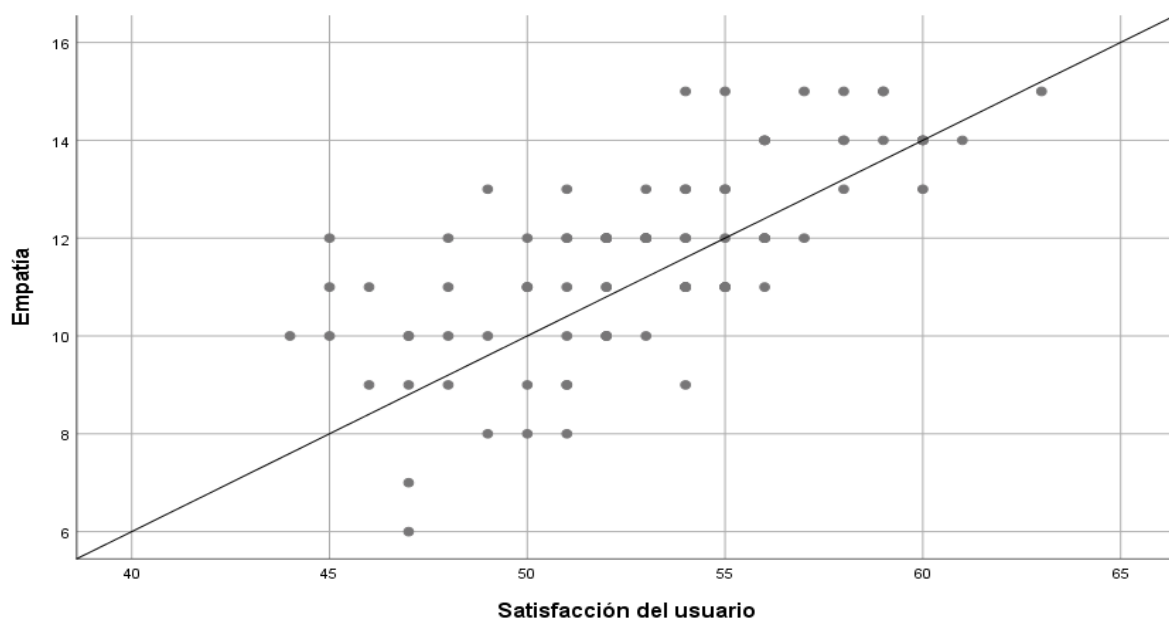
Relación entre la empatía y la satisfacción del usuario

		Empatía	Satisfacción del usuario
Empatía	Correlación de Pearson	1	,643**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	96	96
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,603**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	96	96

Nota. En esta tabla el coeficiente Pearson revela una correlación positiva.

Figura 3

Diagrama de dispersión entre la empatía y la satisfacción del usuario



Nota. Esta figura proviene de los datos presentados en la tabla 13.



Interpretación:

La tabla 13 nos muestra un coeficiente de 0,643, esto es una correlación positiva media, estos hallazgos indican que entre mayor sea la empatía ofrecida, mayor será la satisfacción del usuario en la Md Sppunco, 2024. Esto pone de manifiesto lo esencial que es la empatía para enaltecer la complacencia de los beneficiarios.

Tabla 14

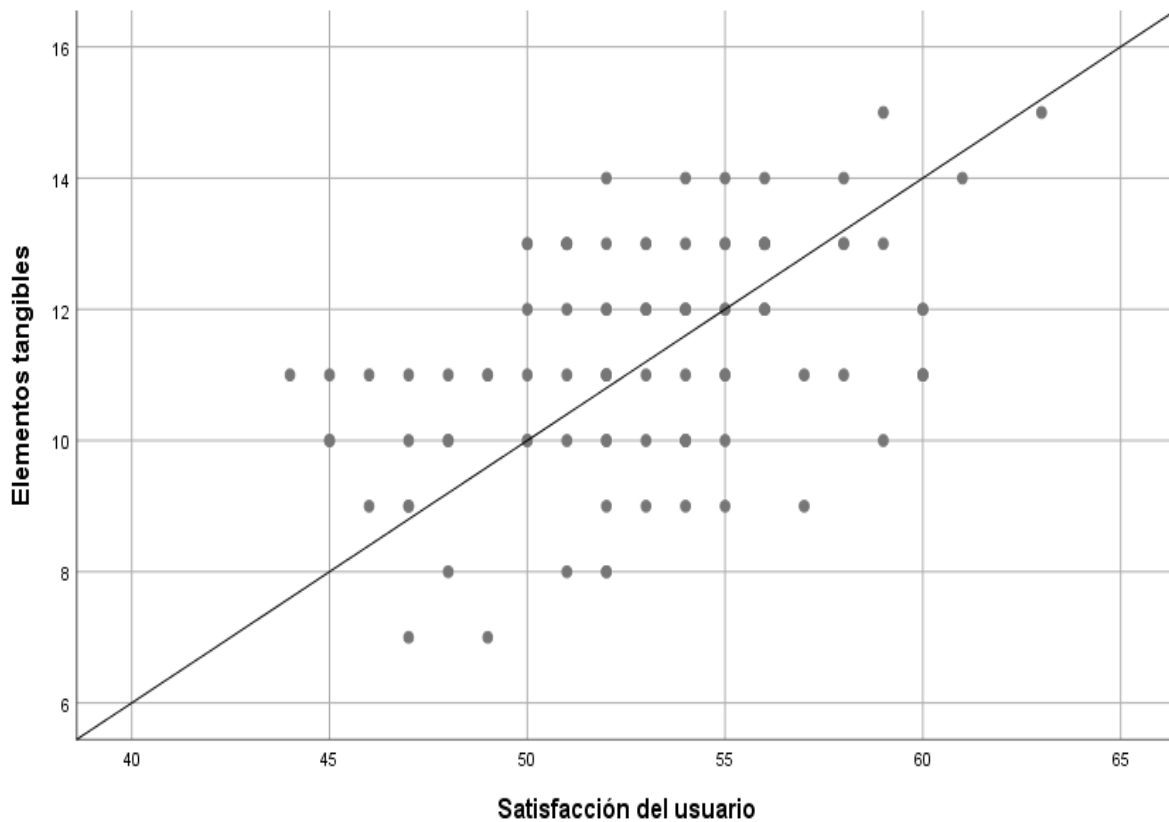
Relación entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario

		Elementos tangibles	Satisfacción del usuario
Elementos tangibles	Correlación de Pearson	1	,456**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	96	96
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,456**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	96	96

Nota. En esta tabla el coeficiente Pearson revela una correlación positiva.

Figura 4

Diagrama de dispersión entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario



Nota. Esta figura proviene de los datos presentados en la tabla 14.

Interpretación:

La tabla 14 nos indica que el valor derivado es de 0,456, esto demuestra que hay una correlación positiva débil. En otras palabras, aunque la relación sea débil, si los elementos tangibles mejoran, también lo mejorara la satisfacción del usuario en la Md Sppunco, 2024. Esto resalta la importancia de optimizar los elementos tangibles para enaltecer la complacencia de los beneficiarios en la municipalidad.

Tabla 15

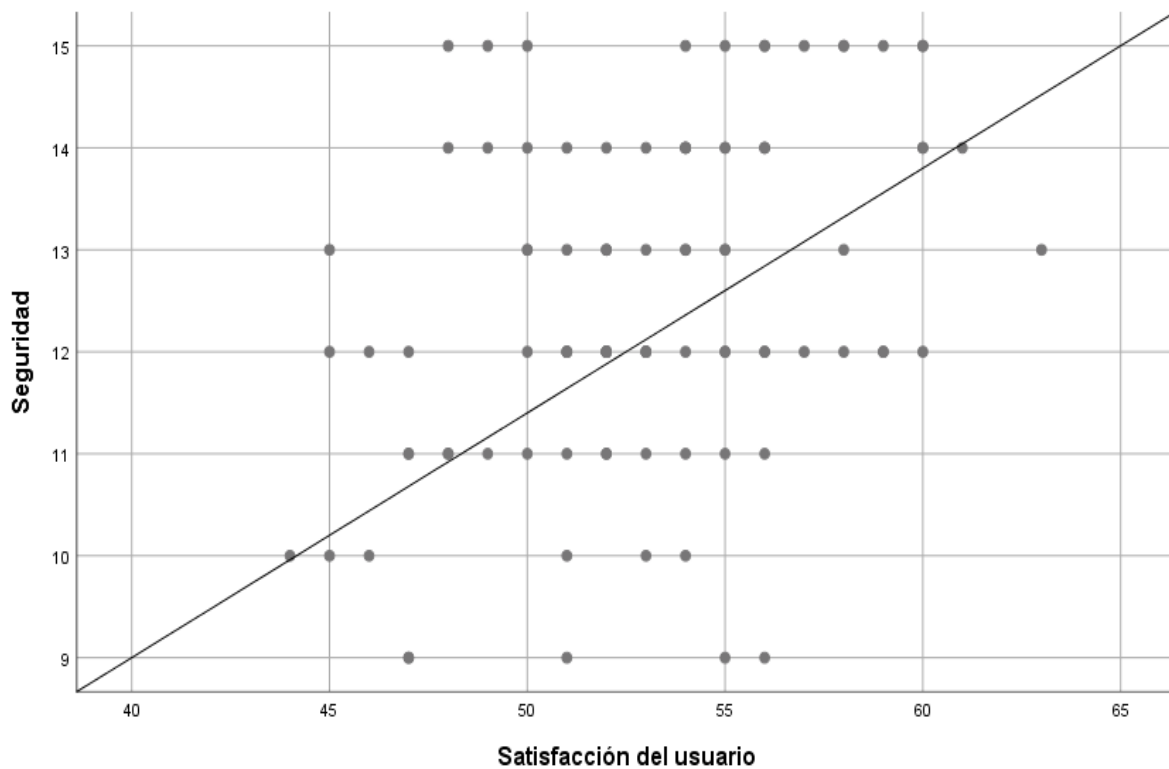
Relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario

		Seguridad	Satisfacción del usuario
Seguridad	Correlación de Pearson	1	,387**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	96	96
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,387**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	96	96

Nota. En esta tabla el coeficiente Pearson revela una correlación positiva.

Figura 5

Diagrama de dispersión entre la seguridad y la satisfacción del usuario



Nota. Esta figura proviene de los datos presentados en la tabla 15.



Interpretación:

La tabla 15, que muestra un valor de 0,387, indica que la correlación adquirida es positiva, pero débil, por consiguiente, se puede advertir que entre mayor sea la seguridad brindada, mayor será la satisfacción en la Md Sppunco, 2024. Este hallazgo pone de manifiesto la importancia de la seguridad como un factor que contribuye a la satisfacción del usuario. Sin embargo, dado que la correlación es débil, es probable que la seguridad no sea el único factor determinante. Por lo tanto, para lograr una mayor satisfacción del usuario, la municipalidad debería considerar también otros aspectos del servicio que puedan tener un impacto más significativo.

Tabla 16

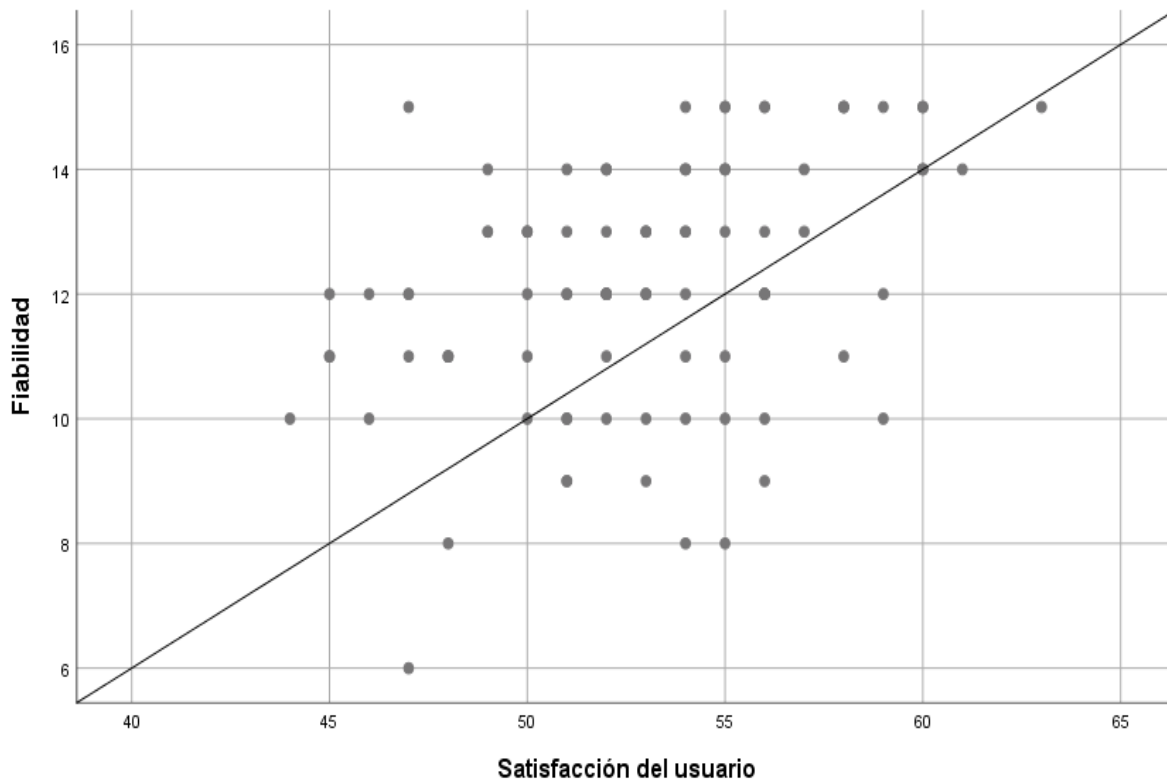
Relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario

		Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Fiabilidad	Correlación de Pearson	1	,510**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	96	96
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,510**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	96	96

Nota. En esta tabla el coeficiente Pearson revela una correlación positiva.

Figura 6

Diagrama de dispersión entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario



Nota. Esta figura proviene de los datos presentados en la tabla 16.

Interpretación:

Los hallazgos de la tabla 16 denotan un valor de 0,510, esto exterioriza una correlación positiva media, si la fiabilidad crece, también crecerá la satisfacción del usuario en la Md Sppunco, 2024. Esta relación sugiere que, aunque la fiabilidad tiene un impacto positivo en la satisfacción del usuario, su influencia no es muy fuerte. Por lo tanto, es fundamental que la municipalidad trabaje en mejorar la fiabilidad de sus servicios, ya que esto contribuirá a un aumento en la satisfacción del usuario, aunque se deben considerar otros factores adicionales que puedan tener un efecto más sustancial en la percepción general de los servicios ofrecidos.



6.2. Discusión de resultados

Los hallazgos de este estudio llevaron a admitir que la calidad de servicio posee una relación significativa con la satisfacción del usuario, estos resultados son similares a otros:

En el estudio de Canales (2023) sobre la SUNAFIL, el coeficiente de Pearson significativo de 0.530 indica una relación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en esta entidad. Esta relación sugiere que cuando los usuarios experimentan un servicio de alta calidad por parte de la SUNAFIL, están más propensos a sentirse satisfechos con su experiencia. Esto es crucial, ya que una satisfacción del usuario mejorada puede mejorar la percepción pública de la organización y aumentar su efectividad en la realización de su misión. Además, al demostrar esta conexión, el estudio subraya la importancia de invertir en la mejora continua de la calidad del servicio como una estrategia para mejorar la satisfacción del usuario y fortalecer la reputación de la organización.

El estudio de Malpartida et al. (2022) en empresas de climatización, al encontrar una correlación sólida y significativa de 0.822 entre las variables estudiadas, destaca la importancia de la calidad del servicio en un sector específico. Esta correlación robusta sugiere que los clientes que reciben un servicio de alta calidad en términos de instalación y mantenimiento de sistemas de climatización tienden a estar más satisfechos con su experiencia. Esto resalta la necesidad de que las empresas en este sector se centren en proporcionar un servicio de alta calidad para garantizar la satisfacción del cliente y mantener una ventaja competitiva en el mercado.

El estudio de Silva et al. (2021) en empresas turísticas de Canchaque encontró una relación estadísticamente significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los turistas. Esto indica que un servicio de calidad en los hospedajes turísticos influye de manera significativa en la satisfacción de los turistas, lo que destaca la importancia de proporcionar experiencias positivas para garantizar la fidelidad y la recomendación de los clientes. Este



hallazgo es fundamental en la industria turística, donde la satisfacción del cliente es un factor clave para el éxito y la competitividad de las empresas.

Por último, el estudio de Puchuri (2023) en las cajas municipales de los Olivos encontró una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Este resultado, respaldado por el uso del estadístico de Spearman, subraya la importancia de mantener y mejorar la calidad del servicio como una estrategia clave para aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones con ellos. En el contexto de las cajas municipales, donde la confianza y la satisfacción del cliente son fundamentales para el éxito, este hallazgo destaca la necesidad de priorizar la calidad del servicio como una prioridad estratégica para las organizaciones. En conjunto, estos hallazgos enfatizan la importancia de la calidad del servicio como un factor determinante en la satisfacción y la experiencia del cliente, lo que puede tener un impacto significativo en su lealtad y disposición para recomendar la organización a otros.



CONCLUSIONES

PRIMERA. En esta investigación se determinó la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. Los hallazgos denotaron una correlación positiva media debido a que el valor del coeficiente de Pearson conseguido fue de 0,711, además es necesario señalar que el p valor fue de 0,000, este es menor al alfa de 0,05, por ende, se concluye la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

SEGUNDA. En esta tesis se identificó la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario. Los hallazgos señalaron una correlación positiva media ya que el valor del coeficiente de Pearson adquirido fue de 0,600, por otro lado, el valor de p fue de 0,000, el cual es inferior al alfa de 0,05, por consiguiente, se concluye que la capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

TERCERA. En esta tesis se estableció la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario. Los hallazgos mostraron una correlación positiva media ya que el valor del coeficiente de Pearson fue de 0,643, por otro lado, el valor de p fue de 0,000, este valor es menor al alfa de 0,05, por ende, se concluye que la empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

CUARTA. En esta tesis se analizó la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario. Los hallazgos adquiridos demostraron una correlación positiva débil ya que el valor del coeficiente de Pearson fue de 0,456, por otro lado, el valor fue de 0,000, este valor es inferior al alfa del 0,05, por consiguiente, se concluye que los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.



QUINTA. En esta tesis se estableció la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario, Los hallazgos conseguidos indicaron una correlación positiva débil debido al valor del coeficiente de Pearson fue de 0,387, es necesario indicar que el p valor fue de 0,000, el cual es menor a alfa del 0,05, por ende, se concluye que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.

SEXTA. En esta investigación se identificó la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario. Los resultados arrojaron una correlación positiva media debido a que el valor del coeficiente de Pearson obtenido fue de 0,510, además, el p valor fue de 0,000, este valor es inferior a alfa del 0,05, por ello, se concluye que la fiabilidad se relaciona directamente con satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.



RECOMENDACIONES

PRIMERA. Se recomienda a la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco (Md Spppunco), enfocar los esfuerzos institucionales en mejorar y mantener altos estándares de calidad en los servicios ofrecidos. Esto implica implementar medidas para fortalecer la eficiencia, la efectividad y la accesibilidad de los servicios, así como para garantizar una atención al cliente cordial, oportuna y personalizada. Además, es crucial establecer mecanismos de retroalimentación y seguimiento que permitan monitorear continuamente la percepción de los usuarios y realizar ajustes según sea necesario para satisfacer sus necesidades y expectativas en constante evolución. Al priorizar la mejora de la calidad del servicio, la municipalidad puede no solo fortalecer la satisfacción de los usuarios, sino también mejorar su reputación y fortalecer su relación con la comunidad.

SEGUNDA. Se recomienda a la Md Spppunco enfocar los esfuerzos en fortalecer la capacidad de respuesta del personal hacia las necesidades y preocupaciones de los usuarios. Esto implica implementar programas de capacitación y desarrollo que promuevan habilidades de comunicación efectiva, escucha activa y comprensión empática entre el personal de la municipalidad. Además, se puede establecer un sistema de monitoreo regular para evaluar el nivel de empatía y capacidad de respuesta del personal, identificando áreas de mejora y proporcionando retroalimentación y apoyo adecuados para garantizar un servicio al cliente óptimo.

TERCERA. Se recomienda a la Md Spppunco, que intensifique sus esfuerzos para fortalecer la empatía en todas sus interacciones con los usuarios. Esta recomendación implica una serie de acciones concretas destinadas a mejorar la calidad de la atención y el servicio proporcionado a la comunidad. En primer lugar, es fundamental capacitar al personal en habilidades de comunicación y atención al cliente, brindándoles las herramientas necesarias para interactuar de manera efectiva y comprensiva con quienes acuden a sus servicios. Esto



incluye aprender a escuchar activamente a los usuarios, mostrar interés genuino por sus preocupaciones y necesidades, y responder de manera empática a sus inquietudes.

CUARTA. Se recomienda a la Md Spppuncu realice mejoras significativas en los aspectos tangibles de sus servicios con el objetivo de elevar la satisfacción de los usuarios. Esto implica una serie de acciones concretas destinadas a mejorar la calidad percibida por los ciudadanos al interactuar con los servicios municipales. En primer lugar, se sugiere que se realicen mejoras en la infraestructura física, garantizando que las instalaciones sean seguras, cómodas y adecuadas para las necesidades de los usuarios. Esto puede incluir la renovación de edificios y espacios públicos, así como la implementación de medidas para mejorar la accesibilidad y la señalización.

QUINTA. Se sugiere a la Md Spppuncu el fortalecimiento de la seguridad como una medida clave para optimizar la satisfacción de sus usuarios. Para alcanzar este objetivo, se recomienda implementar una serie de medidas y sistemas de seguridad eficientes que aborden tanto la seguridad física como la protección de datos. Una de las acciones sugeridas es la instalación de cámaras de vigilancia en áreas estratégicas de las instalaciones municipales, lo que proporcionaría un mayor control y monitoreo de los espacios, contribuyendo así a disuadir posibles incidentes y mejorar la percepción de seguridad por parte de los usuarios.

SEXTA. Se recomienda a la Md Spppuncu, fortalecer la fiabilidad en la prestación de sus servicios para mejorar la satisfacción de los usuarios. Esto implica garantizar la consistencia y precisión en la información y trámites proporcionados, cumplir con los plazos y compromisos establecidos, y proporcionar un servicio confiable y de calidad en todo momento. Además, se recomienda cumplir rigurosamente con los plazos y compromisos establecidos en la prestación de servicios municipales. Esto incluye el cumplimiento de los tiempos de respuesta a solicitudes, la entrega oportuna de documentos y la realización de trámites dentro de los plazos acordados.



REFERENCIAS

- Aden. (2024). *¿Qué es el liderazgo y cuáles son las cualidades más importantes de un líder en 2025?* Obtenido de <https://www.aden.org/business-magazine/que-es-el-liderazgo/>
- Apaza, L. (2023). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción al cliente de la Tienda Modas Invierno en la Ciudad de Juliaca 2023*. (Tesis de licenciatura, Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez). Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.uancv.edu.pe/items/86ced82c-dae2-411a-8167-191c688851d1>
- Bruna, M., Mamani, D., & Mancha, A. (2020). *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en Caja Huancayo, Agencia San Martín de la ciudad de Juliaca, Periodo 2020*. (Tesis de grado, Universidad Peruana Unión). Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/>
- Calixto, Prieto, A. T., & Hernández, C. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones teoricas. *Impacto científico*, 12(2).
- Castillo, M., Sánchez, S., & Santos, L. (2020). Satisfacción, expectativas y fidelidad del turista en Sevilla, España. *Universidad de Córdoba*, 2.
- Canales, M. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL), Tumbes, Perú, 2021*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes). Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64004>
- Cardenas, F. (2023). Obtenido de Eficiencia y eficacia: diferencia y ejemplos de aplicación: <https://blog.hubspot.es/sales/eficiencia-y-eficacia>
- Farfan, R. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en una unidad de gestión educativa local de Apurímac – Perú, 2021*. (Tesis de maestría, Universidad César Vallejo). Repositorio isntitucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/84698>



- 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). Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31535>
- Gómez, D. (2023). Obtenido de SERVQUAL: guía básica sobre el modelo de calidad de servicio: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-servqual>
- Guarin, J. (2020). Obtenido de Eficiencia, Eficacia, Efectividad: <https://proqualean.com/eficiencia-eficacia-efectividad/>
- Hammond, M. (2023). *Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Holguín, N., & Escobar, M. (2024). Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario en ventanilla universal de la empresa pública Autoridad de Tránsito Municipal de Guayaquil, Ecuador. *MQRInvestigar*, 8(2), 136–151. doi:<https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.2.2024.136-151>
- Londoño, P. (2023). Obtenido de Expectativas del cliente: claves para gestionarlas y ejemplos: <https://blog.hubspot.es/service/gestionar-las-expectativas-del-cliente>
- Machaca, Y. (2023). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el CHIFA YOYAD Puno-2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo). Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/108447>
- Malpartida, D., Granada, G., & Salas, H. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima - Perú), 2021. *Rev. ciente. UCSA*, vol.9, n.3, 23-35. doi:<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.023>



- Mamani, K. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de las bibliotecas públicas en las Municipalidades Provinciales de la región Puno 2020*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Juliaca). Repositorio institucional. Obtenido de <http://repositorio.unaj.edu.pe/handle/UNAJ/220>
- Mamani, M. (2022). *Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios en Agentes BCP en la Provincia de San Roman - Juliaca 2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte). Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.utelesup.edu.pe/handle/UTELESUP/2646>
- Moreno, D. (2021). *Percepción en la calidad de servicio público en la municipalidad distrital de Pacora 2019*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/4016>
- Orellana, P. (2029). *Clima organizacional*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/clima-organizacional.html>
- Ortega, c. (s.f.). *Qué es la retroalimentación laboral y cuál es su importancia*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-retroalimentacion-laboral/>
- Palomino, K. (2022). *¿Qué es la innovación organizacional?* Obtenido de <https://es.snhu.edu/noticias/que-es-la-innovacion-organizacional>
- Parra, A. (s.f). Obtenido de ¿Por qué es importante la empatía en el servicio al cliente?: <https://www.questionpro.com/blog/es/empatia-en-el-servicio-al-cliente/#:~:text=En%20el%20servicio%20al%20cliente%2C%20la%20empat%C3%ADa%20es%20la%20capacidad,sentir%20escuchados%2C%20respetados%20y%20comprendidos.>
- Peiró, R. (2024). *Motivación: Qué es y qué tipos hay*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/motivacion-2.html>



Pérez, J. (2023). *Participación ciudadana - Qué es, importancia, definición y concepto.*

Obtenido de <https://definicion.de/participacion-ciudadana/>

Perez, L. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la municipalidad distrital de Iparia 2021.* (Tesis de licenciatura, UNiversidad Nacional de Ucayali). Repositorio

institucional. Obtenido de <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5696>

Polo, D. (2023). Obtenido de ¿Qué es la capacidad de respuesta en el servicio al cliente?:

<https://www.gestionar-facil.com/que-es-la-capacidad-de-respuesta-en-el-servicio-al-cliente/>

Puchuri, K. (2023). *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente de las agencias de cajas municipales de ahorro y crédito, Los Olivos, Lima, Perú, 2022.* (Tesis de licenciatura,

Universidad Privada del Norte). Repositorio isntitucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11537/33635>

Quiroa, M. (2024). *Administración: ¿Qué es y por qué es importante?* Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/administracion.html>

Reyes, L., & Veliz, M. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. *Polo del conocimiento, Vol.*

6, No 4(57), 570-591. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926989>

Rouse. (2024). *Transparencia.* Obtenido de

<https://www.techopedia.com/es/definicion/transparencia>

Silva, R., Julca, F., Luján, P., & Trelles , L. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente; empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de ciencias*

sociales, Vol. 27, N°. Extra 3, 193-203. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>



Taipe, S., & Tipanguano, E. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Gad Municipal del cantón Salcedo* (Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Cotopaxi).

Repositorio institucional. Obtenido de
<https://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9201>

Yáñez, P. (2024). *Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito, cantón Chimbo, Ecuador, 2023* (Tesis de maestría, Universidad Nacional de

Tumbes). Repositorio institucional. Obtenido de
<https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64998>

Zendesk. (2023). Obtenido de Percepción del consumidor: qué es y cómo medir:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/percepcion-del-cliente/>



ANEXOS



Matriz de consistencia

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO PROVINCIA DE SANDIA, 2024.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.</p>	<p>VARIABLE 1: Calidad de servicio DIMENSIÓN: Capacidad de respuesta INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de espera para recibir atención en la municipalidad. • Rapidez en la resolución de consultas o trámites. • Disponibilidad de personal para atender las necesidades de los usuarios. <p>DIMENSIÓN: Empatía INDICADORES:</p>	<p>Enfoque de investigación:</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>Método:</p> <p>Deductivo.</p> <p>Tipo de investigación:</p> <p>Básico.</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Correlacional:</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>No experimental-transversal.</p> <p>Población:</p> <p>500 usuarios.</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Como se relaciona la capacidad de respuesta con satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?</p> <p>¿De qué forma se relaciona la empatía con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Identificar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.</p> <p>Establecer la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>La capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia de Sandia, 2024.</p> <p>La empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad y cortesía del personal durante el proceso de atención. • Interés mostrado por comprender las necesidades y preocupaciones del usuario. • Nivel de personalización en la atención. <p>DIMENSIÓN: Elementos tangibles INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estado de las instalaciones físicas de la municipalidad (limpieza, orden, comodidad). • Calidad y accesibilidad de los materiales informativos (folletos, carteles, etc.). • Apariencia y presentación del personal y de los recursos utilizados durante la atención (uniformes, equipamiento, etc.). <p>DIMENSIÓN: Seguridad INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confidencialidad en el manejo de la información del usuario. 	



<p>¿De qué manera se relacionan los elementos tangibles con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024?</p> <p>¿De qué forma se relaciona la seguridad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024?</p> <p>¿Como se relaciona la fiabilidad con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024?</p>	<p>Analizar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024.</p> <p>Establecer la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de San Pedro Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024.</p> <p>Identificar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024.</p>	<p>Puncu Provincia de Sandia, 2024.</p> <p>Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024.</p> <p>La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024.</p> <p>La fiabilidad se relaciona directamente con satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Puncu Provincia de Sandia, 2024.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medidas de seguridad implementadas para proteger la integridad de los datos y documentos de los usuarios. • Percepción de los usuarios sobre su seguridad física al visitar las instalaciones de la municipalidad. <p>DIMENSIÓN: Fiabilidad INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de los compromisos y plazos establecidos para la realización de trámites o servicios. • Exactitud y precisión en la información proporcionada por el personal de la municipalidad. • Consistencia en la calidad del servicio ofrecido. <p>VARIABLE 2: Satisfacción del usuario DIMENSIÓN: Percepción del servicio INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación general de la calidad del servicio recibido por parte de la municipalidad. • Sentimiento de satisfacción o insatisfacción después de interactuar con el personal o utilizar los servicios. • Opinión sobre la atención brindada en términos de cortesía, amabilidad y profesionalismo. <p>DIMENSIÓN: Eficiencia INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo total dedicado por el usuario para completar un trámite o recibir un servicio. • Número de pasos o procesos requeridos para satisfacer una necesidad o resolver un problema. • Evaluación de la rapidez y agilidad en la entrega de resultados o soluciones por parte de la municipalidad. <p>DIMENSIÓN: Eficacia</p>	<p>Muestra: n= 96 usuarios.</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>
---	--	--	--	--



			<p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de las expectativas del usuario en cuanto a los resultados obtenidos. • Grado de resolución de problemas o satisfacción de necesidades tras la interacción con la municipalidad. • Impacto percibido de los servicios municipales. <p>DIMENSIÓN: Expectativas</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comparación entre las expectativas previas del usuario y la experiencia real de uso de los servicios. • Grado de alineación entre lo prometido por la municipalidad y lo entregado en términos de calidad y satisfacción. • Nivel de acuerdo entre lo esperado por el usuario y lo que considera como un servicio óptimo por parte de la municipalidad. 	
--	--	--	---	--

Nota. Elaborada por la tesista.



Matriz de datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	VAR0001	Numérico	8	0	El tiempo de espera para recibir atención en la municipalidad fue adecuado.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	VAR0002	Numérico	8	0	La rapidez en la resolución de consultas o trámites fue satisfactoria.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	VAR0003	Numérico	8	0	Hubo suficiente personal disponible para atender sus necesidades.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	VAR0004	Numérico	8	0	El personal de la municipalidad fue amable y cortés durante su atención.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	VAR0005	Numérico	8	0	El personal mostró interés por comprender sus necesidades y preocupaciones.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	VAR0006	Numérico	8	0	La atención que recibió fue personalizada según sus requerimientos.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	VAR0007	Numérico	8	0	Las instalaciones físicas de la municipalidad estaban limpias, ordenadas y cómodas.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	VAR0008	Numérico	8	0	Los materiales informativos (folletos, carteles, etc.) eran de calidad y accesibles.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	VAR0009	Numérico	8	0	La apariencia y presentación del personal y los recursos utilizados fue adecuada.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	VAR0010	Numérico	8	0	Se mantuvo la confidencialidad en el manejo de su información.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	VAR0011	Numérico	8	0	Sintió que se implementaron medidas de seguridad para proteger sus datos y documentos.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	VAR0012	Numérico	8	0	Se sintió seguro/a físicamente al visitar las instalaciones de la municipalidad.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	VAR0013	Numérico	8	0	Se cumplieron los compromisos y plazos establecidos para la realización de trámites o servicios.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	VAR0014	Numérico	8	0	La información proporcionada por el personal de la municipalidad fue precisa y exacta.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	VAR0015	Numérico	8	0	La calidad del servicio ofrecido fue consistente.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	VAR0016	Numérico	8	0	Considera que la calidad percibida en su estancia fue adecuada.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	VAR0017	Numérico	8	0	Considera que la interacción con el personal en su estancia fue óptima.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	VAR0018	Numérico	8	0	El servicio brindado en términos de cortesía, amabilidad y profesionalismo fue satisfactorio.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	VAR0019	Numérico	8	0	El tiempo total dedicado para completar un trámite o recibir un servicio fue adecuado.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	VAR0020	Numérico	8	0	El número de pasos o procesos requeridos para satisfacer una necesidad o resolver un problema fue razonable.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	VAR0021	Numérico	8	0	La rapidez en la entrega de resultados o soluciones por parte de la municipalidad fue satisfactoria.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	VAR0022	Numérico	8	0	Los resultados obtenidos durante sus trámites cumplieron con sus expectativas.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	VAR0023	Numérico	8	0	Se sintió satisfecho/a con la resolución de tras su interacción con la municipalidad.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	VAR0024	Numérico	8	0	Percebió un impacto positivo de los servicios municipales en sus necesidades.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	VAR0025	Numérico	8	0	La experiencia real de uso de los servicios coincidió con sus expectativas previas.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	VAR0026	Numérico	8	0	Hubo una alineación satisfactoria entre lo prometido por la municipalidad y lo entregado en términos de calidad y satisfacción.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
27	VAR0027	Numérico	8	0	El servicio recibido por parte de la municipalidad se acercó a lo que considera como óptimo.	{f, totalmen...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
28	V1	Numérico	8	0	Calidad de servicio	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
29	V2	Numérico	8	0	Satisfacción del usuario	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
30	D1	Numérico	8	0	Capacidad de respuesta	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
31	D2	Numérico	8	0	Empatía	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
32	D3	Numérico	8	0	Elementos tangibles	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
33	D4	Numérico	8	0	Seguridad	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
34	D5	Numérico	8	0	Fiabilidad	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
35	D6	Numérico	8	0	Percepción del servicio	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
36	D7	Numérico	8	0	Eficiencia	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
37	D8	Numérico	8	0	Eficacia	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
38	D9	Numérico	8	0	Expectativas	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada



	VAR0001_0	VAR0001_1	VAR0001_2	VAR0001_3	VAR0001_4	VAR0001_5	VAR0001_6	VAR0001_7	VAR0001_8	VAR0001_9	VAR0002_0	VAR0002_1	VAR0002_2	VAR0002_3	VAR0002_4	VAR0002_5	VAR0002_6	VAR0002_7	V1	V2	D1	D2
1	5	5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	3	3	5	4	3	5	4	56	52	12	
2	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	64	60	14	
3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	56	50	11	
4	5	4	3	2	3	4	3	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	3	54	51	13	
5	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	2	3	3	3	2	5	4	46	48	10	
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	1	4	4	64	55	15	
7	5	3	4	2	4	4	5	5	4	4	5	2	4	3	3	5	4	4	53	52	11	
8	5	3	3	5	5	5	3	4	3	5	5	4	3	3	3	2	3	4	53	47	14	
9	4	4	3	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	49	55	12	
10	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	60	55	14	
11	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	3	4	1	3	5	4	58	50	14	
12	5	3	3	5	3	4	2	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	55	51	13	
13	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	54	53	12	
14	3	3	3	3	2	4	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	4	5	43	51	12	
15	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	2	3	3	2	4	4	57	49	14	
16	5	3	4	3	2	3	4	5	5	5	5	4	3	5	3	3	4	4	56	55	15	
17	4	3	4	5	4	4	3	3	5	4	5	5	3	4	3	2	4	4	51	49	14	
18	3	5	4	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	53	51	11	
19	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	62	59	14	
20	4	5	5	4	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	62	56	14	
21	4	5	5	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	62	56	14	
22	5	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	56	59	14	
23	5	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	1	5	4	59	56	15	
24	4	3	3	2	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	52	54	13	
25	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	2	4	5	63	58	15	
26	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	3	4	4	2	5	5	51	52	11	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	1	2	3	4	50	46	12	
28	4	5	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	5	5	56	53	10	
29	5	4	3	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	2	4	3	57	52	14	
30	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	54	50	12	
31	4	4	4	2	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	52	53	11	
32	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	3	3	3	3	4	4	56	50	13	
33	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	5	3	3	4	5	57	52	14	
34	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	50	45	8	
35	3	3	3	4	4	3	4	5	3	4	4	5	4	3	3	2	4	3	47	47	13	
36	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	5	3	2	4	5	57	54	14	

	VAR0001_0	VAR0001_1	VAR0001_2	VAR0001_3	VAR0001_4	VAR0001_5	VAR0001_6	VAR0001_7	VAR0001_8	VAR0001_9	VAR0002_0	VAR0002_1	VAR0002_2	VAR0002_3	VAR0002_4	VAR0002_5	VAR0002_6	VAR0002_7	V1	V2	D1	D2
37	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	67	58	14	
38	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	65	57	15	
39	4	4	2	4	4	2	4	5	5	3	2	4	3	4	4	4	5	2	48	46	8	
40	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	2	5	5	64	60	15	
41	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	2	2	2	3	5	5	46	47	11	
42	5	2	2	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	59	55	15	
43	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	64	61	13	
44	5	5	5	5	5	3	3	4	2	5	5	5	3	5	5	1	4	4	64	49	15	
45	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	2	5	5	56	54	13	
46	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	4	57	57	15		
47	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	61	52	14	
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	2	5	5	64	60	14	
49	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	2	3	4	4	4	5	57	51	13	
50	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	3	4	1	5	4	56	52	14	
51	4	3	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	3	5	4	2	5	5	53	53	12	
52	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	2	4	4	55	54	15	
53	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	2	4	4	47	48	11	
54	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	3	3	4	5	3	4	4	54	50	13	
55	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	1	4	4	67	56	15	
56	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	2	63	54	12	
57	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	2	3	5	65	56	15	
58	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	1	5	5	57	55	15	
59	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	61	60	14	
60	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	47	54	11	
61	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	54	48	11	
62	2	3	4	4	3	2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	54	56	14	
63	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	52	45	10	
64	4	2	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	48	45	10	
65	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	1	2	4	67	54	15	
66	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	68	58	15	
67	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	1	4	4	49	44	11	
68	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	2	5	5	61	60	14	
69	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	56	56	12	
70	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	69	59	14	
71	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	59	56	13	
72	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	62	55	15	



	VAR0001 0	VAR0001 1	VAR0001 2	VAR0001 3	VAR0001 4	VAR0001 5	VAR0001 6	VAR0001 7	VAR0001 8	VAR0001 9	VAR0002 0	VAR0002 1	VAR0002 2	VAR0002 3	VAR0002 4	VAR0002 5	VAR0002 6	VAR0002 7	V1	V2	D1	D2	
64	4	2	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	48	45	10		
65	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	1	2	4	67	54	15		
66	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	68	58	15		
67	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	1	4	4	49	44	11		
68	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	2	5	5	61	60	14		
69	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	56	56	12		
70	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	69	59	14		
71	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	59	56	13		
72	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	62	55	15		
73	3	5	3	5	4	3	5	5	3	3	5	4	2	2	3	2	5	5	50	47	12		
74	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	54	53	12		
75	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	4	2	4	5	62	55	14	
76	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	1	3	3	60	52	15		
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	55	51	12		
78	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	60	56	14		
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	52	52	12		
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	56	52	13		
81	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	61	53	14		
82	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	3	3	1	4	4	56	48	13		
83	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	2	4	4	60	53	13		
84	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	3	5	4	5	2	1	3	5	55	50	12		
85	4	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	58	58	14		
86	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	2	4	4	57	52	14		
87	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	68	63	15		
88	5	3	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	2	4	5	4	5	4	59	55	13		
89	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	3	2	4	5	61	54	15		
90	4	3	3	4	3	3	5	4	4	5	5	4	2	4	3	2	5	5	50	51	14		
91	4	4	2	3	4	3	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3	54	53	13		
92	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	58	54	12			
93	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	2	3	4	59	54	14		
94	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	1	3	3	63	51	15		
95	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	2	4	2	4	4	53	52	15		
96	2	5	2	2	2	2	5	5	2	2	4	2	2	3	5	5	5	5	41	47	8		
97																							
98																							
99																							

Vista de datos Vista de variables



Instrumento

Encuesta

Escala de valoración.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

ÍTEMS		Escala de valoración				
V. 1. Calidad de servicio	Dimensión 1. Capacidad de respuesta					
	1. El tiempo de espera para recibir atención en la municipalidad fue adecuado.					
	2. La rapidez en la resolución de consultas o trámites fue satisfactoria.					
	3. Hubo suficiente personal disponible para atender sus necesidades.					
	Dimensión 2. Empatía					
	4. El personal de la municipalidad fue amable y cortés durante su atención.					
	5. El personal mostró interés por comprender sus necesidades y preocupaciones.					
	6. La atención que recibió fue personalizada según sus requerimientos.					
	Dimensión 3. Elementos tangibles					
	7. Las instalaciones físicas de la municipalidad estaban limpias, ordenadas y cómodas.					
8. Los materiales informativos (folletos, carteles, etc.) eran de calidad y accesibles.						



	9. La apariencia y presentación del personal y los recursos utilizados fue adecuada.					
	Dimensión 4. Seguridad					
	10. Se mantuvo la confidencialidad en el manejo de su información.					
	11. Sintió que se implementaron medidas de seguridad para proteger sus datos y documentos.					
	12. Se sintió seguro/a físicamente al visitar las instalaciones de la municipalidad.					
	Dimensión 5. Fiabilidad					
	13. Se cumplieron los compromisos y plazos establecidos para la realización de trámites o servicios.					
	14. La información proporcionada por el personal de la municipalidad fue precisa y exacta.					
	15. La calidad del servicio ofrecido fue consistente.					
V2. Satisfacción del usuario	Dimensión 1. Percepción del servicio					
	16. Considera que la calidad percibida en su estancia fue adecuada.					
	17. Considera que la interacción con el personal en su estancia fue optima.					
	18. El servicio brindado en términos de cortesía, amabilidad y profesionalismo fue satisfactorio.					
	Dimensión 2. Eficiencia					
	19. El tiempo total dedicado para completar un trámite o recibir un servicio fue adecuado.					
	20. El número de pasos o procesos requeridos para satisfacer una necesidad o resolver un problema fue razonable.					



21. La rapidez en la entrega de resultados o soluciones por parte de la municipalidad fue satisfactoria.					
Dimensión 3. Eficacia					
22. Los resultados obtenidos durante sus trámites cumplieron con sus expectativas.					
23. Se sintió satisfecho/a con la resolución de tras su interacción con la municipalidad.					
24. Percibió un impacto positivo de los servicios municipales en sus necesidades.					
Dimensión 4. Expectativas					
25. La experiencia real de uso de los servicios coincidió con sus expectativas previas.					
26. Hubo una alineación satisfactoria entre lo prometido por la municipalidad y lo entregado en términos de calidad y satisfacción.					
27. El servicio recibido por parte de la municipalidad se acercó a lo que considera como óptimo.					



Validez del instrumento

ANEXO 3

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE Administración y Negocios Internacionales

TÍTULO DE TESIS:

Calidad de servicio y Satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital San Pedro de Putina, Puno Provincia de Sandia, 2024.

I. REFERENCIAS

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: ENRIQUE G. DRAZA CARRERA
- PROFESIÓN: Lic. en Administración
- CARGO ACTUAL:
- GRADO ACADÉMICO: Doctor en Administración

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4	5

Fuente:

III. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

IV. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75) 0.84

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75) []

Lugar y fecha: Juliaca 13 de mayo del 2024

Firma del experto
 DNI N° 02413103
 N° celular: 975805291



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 30-10-2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Kimberly Enriquez Cañazaca
Dirección: Urb. San Isidro de Coaccachi MZ.J Sub LT. 2-A
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 74958368
Teléfono: 934104867 email: Kimberly.e.c.123@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____
Dirección: _____
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Ciencias Administrativas
Escuela Profesional o Mención: Administración y Negocios Internacionales
Título o Grado Académico a optar: Licenciada en Administración y Negocios I.
Asesor: Dra. Yenny Rosario Acero Apaza

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:
Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la
Municipalidad Distrital San Pedro de Putina Punco Provincia
de Sandia, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Calidad, Satisfacción, Municipalidad

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2?}
2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.
² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

- Bachiller
- Título
- 2da Especialidad
- Maestría
- Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

- Internacional
- Nacional

Línea de investigación: Administración Pública (5909 - UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

30 - 10 - 2024

Fecha