



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
PÚBLICA



CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN
MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE
PUTINAPUNCO, SANDIA, 2024

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. CHANEL UCHAMACO QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICA

JULIACA – PERÚ

2024



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
PÚBLICA**

**CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN
MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE
PUTINAPUNCO, SANDIA, 2024**


TESIS PRESENTADA POR:

Bach. CHANEL UCHAMACO QUISPE

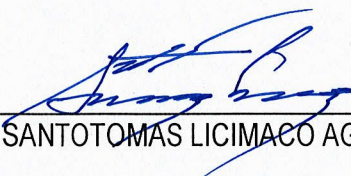
**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICA**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

: 
Dr. BENIGNO CALLATA QUISPE

PRIMER MIEMBRO

: 
Dr. Sc. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO

SEGUNDO MIEMBRO

: 
Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

ASESOR DE TESIS

: 
Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

: GESTIÓN PÚBLICA (5909 – UNESCO)



RESOLUCIÓN N° 601-2024-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 17 de setiembre del 2024

VISTOS: El Oficio No 073-2024-DUI-FCCF-UANCV de fecha 17 de setiembre del 2024, emitido por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el Expediente N° CU – 12470 presentado por el (la) Bachiller: **QUISPE BAEZ ANA ELEAN**, quien **solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación**, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **TRANSPARENCIA FINANCIERA Y SU RELACIÓN CON LA EFICIENCIA DEL GASTO PÚBLICO EN LOS FUNCIONARIOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN, 2023**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad

CONSIDERANDO:

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

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.

Y estando, la opinión favorable de la Directora de la Unidad de Investigación y la Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28° 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) el (la) bachiller: **QUISPE BAEZ ANA ELEAN**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **TRANSPARENCIA FINANCIERA Y SU RELACIÓN CON LA EFICIENCIA DEL GASTO PÚBLICO EN LOS FUNCIONARIOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN, 2023**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO** 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	: Dra. BERTHA BEJAR PARRA
1er Miembro	: Dr. HILARIO CONDORI MAMANI
2do Miembro	: Dr. ULISES AGUILAR PINTO
Asesor	: Dr. EFRAIN BARRANTES SANCHEZ

ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: VIERNES, 20 de setiembre del 2024
Hora	: 11:00 a.m.

ARTÍCULO 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 CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados	(3)
- Interesados	(1)
- Archivo	(1)



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dra. BERTHA BEJAR PARRA
Decana (e) de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras



RESOLUCIÓN N° 240-2024-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 24 de junio 2024

VISTOS:

El Expediente: **2024-CU-6892** de fecha 06 de junio de 2024, del **Bach. CHANEL UCHAMACO QUISPE**, 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 Gestión Pública.

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. CHANEL UCHAMACO QUISPE**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024**; conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Gestión Pública**.

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 Gestión Pública, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del **ASESOR Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA**.

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 LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024; presentado por el (la) **Bach. CHANEL UCHAMACO QUISPE**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Gestión Pública**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - RATIFICAR, como **ASESOR** al **Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA**.

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)



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
[Firma]
Dr. Sr. S. T. [Nombre]

**RESOLUCIÓN N° 112-2024-UI-FCA-UANCV-J**

Juliana, 03 de mayo de 2024

VISTOS:

El Expediente: **2024-CU-3080** de fecha 08 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 Gestión Pública.

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. CHANEL UCHAMACO QUISPE**, quien solicita la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de **Título: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en Administración y Gestión Pública.

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 Gestión Pública, corroboró la propuesta del ASESOR Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA, 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 LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024**; presentado por el (la) **Bach. CHANEL UCHAMACO QUISPE**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER, como ASESOR al Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA.

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

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Dr. S. S. Luchiano Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS DE LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINAPUNCO, SANDIA, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

21%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

17%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez	8%
Trabajo del estudiante		

2	repositorio.ucv.edu.pe	2%
Fuente de Internet		

3	repositorio.usmp.edu.pe	2%
Fuente de Internet		

4	hdl.handle.net	2%
Fuente de Internet		

5	repositorio.upagu.edu.pe	1%
Fuente de Internet		

6	1library.co	1%
Fuente de Internet		

7	repositorio.upn.edu.pe	1%
Fuente de Internet		

repositorio.uancv.edu.pe



Metadatos complementarios - UANCV




CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024.	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	CHANEL UCHAMACO QUISPE
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	45033170
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0005-0410-5154
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Mg. Percy Gonzalo Puma Puma
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02374215
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0631-795X
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Dr. Benigno Callata Quispe
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01693080
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Dr. Santotomas Licimaco Aguilar Pinto
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02291995
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Dr. 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	País: Perú Departamento: Puno Provincia: Sandía Distrito: San Pedro de Putina Punco Centro Poblado: San Miguel de Pampa Grande
	
	Coordenadas  14°06'47"S 69°02'45"O
	Capital Putina Punco
	Entidad Distrito del Perú
	País  Perú
	Departamento Puno
	Provincia Sandía
	https://www.google.com/maps/place/San+Pedro+de+Putina+Punco,+21380/@-13.614799,-69.237256,9z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x91646901aba69e5d:0x7243a1f08f89f34918m2!3d-13.4766885!4d-69.1923916!16s%2Fm%2F043r63l?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MDkxMC4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2024
URL de disciplinas OCDE https://purl.org/pe-repo/ocde/ford (concytec-pe.github.io) - Librería	Teoría organizacional https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.03 Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ


Dr. Sc. S. Leticia Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo CHANEL UCHAMACO QUISPE, identificado con DNI

Nro. 45033170 en mi condición de egresado de:

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

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICA

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

CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024

Asesorado por: Mgr. PERCY GONZALO PUMA PUMA

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 20 de septiembre del 2024

Firma del Asesor
(obligatoria)

Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta tesis a todos mis seres queridos, comenzando por mis queridos padres, quienes siempre han estado a mi lado durante los momentos más difíciles de mi vida universitaria y de mi carrera profesional.



AGRADECIMIENTO

Mi primer agradecimiento es a Cristo por todo. poderoso porque pasó a través de mí buenos caminos y dame felicidad salud y felicidad para toda la vida.

Gracias a mi maravilloso padre y madre por darme la vida, criarme con buenos valores y ayudarme a convertirme en una buena persona en la sociedad.

Gracias a todos mis amigos, Profesores universitarios y todo personas que influyen en este proceso que estoy preparando mi tesis de graduación.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLA	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema	14
1.2. Formulación del Problema.....	17
1.2.1. Problema general	17
1.2.2. Problema específico	17
1.3. Justificación del Estudio	18

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo General	19
2.2. Objetivo Específico.....	19



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la Investigación 21

 3.1.1. Nivel internacional 21

 3.1.2. Nivel nacional 23

 3.1.3. Nivel regional..... 25

3.2. Marco Teórico 26

3.3. Marco Conceptual 36

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. Hipótesis General 39

4.2. Hipótesis Específica 39

4.3. Las variables 40

4.4. Cuadro de Operacionalización de Variables 41

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la Investigación 42

5.2. Método de la Investigación..... 42

5.3. Tipo de la Investigación..... 43

5.4. Nivel de Investigación..... 43

5.5. Diseño de la Investigación..... 44

5.6. Población y Muestra 44



5.6.1. La población 44

5.6.2. La muestra 44

5.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... 45

5.7.1. Técnicas..... 45

5.7.2. Instrumentos..... 46

5.8. Confiabilidad y Validez del Instrumento 46

5.8.1. La confiabilidad 46

5.8.2. La validez 47

5.9. Procedimiento de Tratamientos de Datos 47

5.10. Diseño y Contrastación de Hipótesis..... 48

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIONES

6.1. Presentación de Resultados..... 56

6.2. Discusiones del Estudio 63

CONCLUSIONES 66

RECOMENDACIONES 68

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 69

ANEXOS 73

MATRIZ DE CONSISTENCIA 74

INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... 78

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO 80



ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1	El cuadro de operacionalización.....	41
Tabla 2	Cálculo de P valor en HG.....	49
Tabla 3	Cálculo de P valor HE.1	50
Tabla 4	Cálculo de P valor HE.2	51
Tabla 5	Cálculo de P valor HE. 3	53
Tabla 6	Cálculo de P valor HE.4	54
Tabla 7	La Prueba de Normalidad del Estudio	56
Tabla 8	Relación del Objetivo General.....	57
Tabla 9	Relacion de OE. N°1	58
Tabla 10	Relacion de OE. N°2	59
Tabla 11	Relacion de OE. N°3	61
Tabla 12	Relacion de OE. N°4	62



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Diáspora de Puntos en OG.	57
Figura 2	Diáspora de puntos OE. N°1	58
Figura 3	Diáspora de puntos en OE. N° 2	60
Figura 4	Diáspora de puntos en OE. N° 3	61
Figura 5	Diáspora de puntos en OE. N° 4	62



RESUMEN

En el presente estudio titulado: "Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente en la Municipalidad de Centro Poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia, 2024" y, por tanto, el planteamiento del problema se considera básico el tema. ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, jurisdicción de Putina Punco, ¿Sandia? El propósito fue determinar la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, jurisdicción de Putina Punco, Sandia. La hipótesis principal es: Existe las relaciones directas y significativas sobre la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes en el centro poblado de San Miguel de Pampas Grande, jurisdicción de Putina Punco, Sandia. La investigación utiliza métodos cuantitativos, métodos deductivos, el tipo de puesto es básico, nivel de correlación y finalmente no experimental, por lo tanto, son 65 empleados los que participan en el estudio y el tamaño de la muestra es de 55 empleados. Esto se hace en base a las siguientes métricas: Dado que el valor P es 0,000, este dato es menor que 0,05, lo cual es muy significativo, y el porcentaje también es 0,983, lo que nos da conocimiento sobre la correlación de Pearson y por lo tanto los resultados son. similar. Que podemos decir, la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente es del 98.3% en el municipio centro de San Miguel de Pampa Grande, Putina Punco, Sandia, 2024.

PALABRAS CLAVES: Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente.



ABSTRACT

In the current research study called: "Quality of Service and Customer Satisfaction in the Municipality of Centro Poblado de San Miguel de Pampas Grande, jurisdiction de Putina Punco, Sandia, 2024" and therefore the problem statement was considered main What is the relationship that exists between the quality of service and customer satisfaction in the municipality of the town center of San Miguel de Pampas Grandes, Jurisdiction de Putina Punco, Sandia? And the objective was to determine the relationship that exists between the quality of service and customer satisfaction in the municipality of the town center of San Miguel de Pampa Grande, Jurisdiction de Putina Punco, Sandia. Where its main hypothesis is, there is a direct and significant relationship between service quality and customer satisfaction in the municipality of the town center of San Miguel de Pampas Grande, Jurisdiction de Putina Punco, Sandia. In the study carried out, the quantitative approach is taken, the method is deductive, the type of work is basic, the level of work is correlational and finally it is the non-experimental design and thus the study has a population of 65 workers and the sample is 55 workers. It is concluded with the following numerical data, as the P values is 0.000, this data is less than 0.05, which is the significance, and also the percentage relationship is 0.983, thus giving us knowledge of the Pearson correlation and therefore this result is similar. What to say is 98.3% of this relationship between services quality and customers satisfactions in the municipality of this town center of San Miguel de Pampa Grande, Putina Punco, Sandia 2024.

KEYWORDS: Service Quality and Customer Satisfaction.



INTRODUCCIÓN

En el presente estudio titulado "CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024. Se ha realizado el objetivo principal de trabajo. Determinar las relaciones existentes sobre la calidad de los servicios y las satisfacciones del cliente del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia. La finalidad de la investigación es lograr el objetivo principal y obtener los resultados necesarios sobre la relación entre dos variables laborales. Este estudio incluye seis capítulos, que describiré en detalle.

En el Capítulo I: Después de plantear el problema, se forma el problema y se finaliza probando el problema en el primer capítulo.

El Capítulo II presenta los objetivos generales y específicos de la investigación.

Capítulo III: El marco teórico se considera al inicio del capítulo y forma la base de la investigación, el marco teórico y finaliza con el marco conceptual de la investigación.

En el Capítulo IV: Comenzamos con hipótesis generales y específicas, variables de investigación y tablas operativas de variables operativas.



En el Capítulo V: El proceso del método de investigación del estudio incluye los siguientes procesos: objeto de investigación, método de investigación, tipo de investigación, nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra. investigación, procedimientos de procesamiento de datos, confiabilidad y precisión de la investigación, técnicas y herramientas de investigación y finalmente el contraste de las hipótesis de investigación.

Capítulo VI: Presenta resultados y discute, finalizando con conclusiones, recomendaciones, referencias y finalmente el apéndice.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

A nivel internacional, la calidad del servicio se denomina calidad del servicio, por lo que se dice que es una medida de qué tan bien una empresa u organización satisface las necesidades de la sociedad y la posición de sus clientes externos. La calidad del servicio se considera extremadamente importante a nivel internacional e impulsa la satisfacción del cliente, por lo que es muy importante que todas las empresas internacionales proporcionen productos y servicios proporcionados por ellos mismos, donde este producto estará disponible para los clientes.

Albretch (2021) cree que “es importante enfatizar que al establecer la visión de una organización se tendrá en cuenta la calidad de los servicios prestados a través de productos o servicios que satisfagan las necesidades del cliente”.

Las calidades de los servicios en América Latina fueron visto o considerada sobre una medida que puede ser utilizada por organizaciones gubernamentales o empresas privadas para visualizar los problemas que



enfrenta cada cliente, considerándolos como factores que afectan a la empresa y a los clientes. La organización o empresa proporciona retroalimentación inmediata y mejora la calidad de los productos que ofrece a los clientes. A través del cual se proporcionan bienes y servicios para satisfacer las necesidades de las personas.

Kotler (2020) sus definiciones en las satisfacciones de los clientes son como el sentimiento de satisfacción o de decepciones en las personas, cuyos resultados se expresan a través del comportamiento de compra y el desempeño del producto o el desempeño percibido de los productos en comparación con las "expectativas del cliente".

A nivel nacional la calidad del servicio es manejada por empresas privadas, siendo los clientes los primeros y últimos en evaluar los productos brindados por la empresa. Con productos que no están garantizados, los clientes dejarán de contactar con la empresa y buscarán otros productos. una organización que satisfaga sus necesidades. En las organizaciones gubernamentales la calidad de los servicios es muy baja, esto se debe a la falta de venta de documentos, falta de actualizaciones en el sistema administrativo, escaso interés de los funcionarios o funcionarios gubernamentales en la prestación de servicios para garantizar la seguridad de las personas y el cobro de tarifas. residuo sólido. etc. Estos no se consideran principalmente para algunas organizaciones gubernamentales. Por este motivo, nos encontramos con resistencias por parte de los organismos reguladores o de los responsables de gestionar los recursos de la



organización. Si la organización recibe una respuesta negativa, las personas o los clientes estarán descontentos porque no se satisfacen sus necesidades.

Juran (2007) afirma que "son las características del producto o servicio obtenidas durante la producción de bienes y servicios las que determinan en qué medida cumplen con los requisitos establecidos por la documentación técnica o por los consumidores".

En nuestra zona la calidad del servicio no se considera lo más importante en algunas ciudades porque no cuentan con material de oficina, los sistemas funcionan, los servicios se brindan de manera indecisa o en los colegios, en otros casos puede demorar mucho tiempo. procedimientos administrativos, que obstaculizan el proceso normal de prestación de servicios, y también se puede decir que al no tener en cuenta en primer lugar la calidad del servicio, estamos admitiendo la ineficacia de las autoridades y, en otras palabras, estamos perturbando a la opinión pública con sus exigencias. No se prestó atención. Esto podría dar lugar a que se facture a la empresa por no considerar válida e insatisfactoria la calidad de los servicios prestados a los residentes que operan en la localidad designada.

En el centro San Miguel Pampa Grande no se considera importante la calidad del servicio, esto se debe a desconocimiento y trabajan solo en el cumplimiento, de hecho, no hay implementación de documentación, actualizaciones del sistema, no. Si no existe conexión entre redes, existen muchos factores que dificultan el proceso normal del sistema administrativo



en la prestación de servicios a la población. La satisfacción del consumidor ocurre cuando se satisfacen sus necesidades o, si no se satisfacen, la sociedad está insatisfecha con el gobierno.

Las calidades de los servicios se apoyan en las necesidades de las personas, incluyendo trámites administrativos, recolección de residuos sólidos, seguridad ciudadana, saneamiento ambiental, etc. Si estas necesidades son cubiertas por el gobierno elegido por el pueblo, entonces el gobierno se esforzará por satisfacerlas. Entonces se pueden expresar la existencia de satisfacción del cliente. Las calidades de los servicios y las satisfacciones de los clientes deben ser de suma importancia para todas las organizaciones públicas y privadas siempre que nuestros clientes estén agradecidos y se satisfagan sus necesidades.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?

1.2.2. Problema específico

¿Cuál es la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?



¿Cuál es la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?

¿Cuál es la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?

¿Cuál es la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?

1.3. Justificación del Estudio

Sobre la teoría

Esto ocurre cuando el propósito de la investigación provoca reflexión y estimula la discusión basada en el conocimiento existente, pero se comparan conceptos y se analizan resultados en base al conocimiento existente.

En practica

Se considera que el trabajo de investigación se ocupa del desarrollo de soluciones a problemas o estrategias que luego pueden aplicarse a problemas y soluciones identificados.

En metodológica

Este método propone o desarrolla nuevos métodos estratégicos que nos permitan obtener conocimiento actualizado y muy fiable.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

- Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.

2.2. Objetivo Especifico

- Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.
- Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024
- Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.



- Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la Investigación

3.1.1. Nivel internacional

Santamaria & Gancino (2020) “calidades del servicio y las satisfacciones de los clientes en el departamento de registro del Departamento de Transporte, Transportes y Movilidades en los Gobiernos Descentralizados de la ciudad de Ambatos”, cuyos objetivos es demostrar teóricamente la correlación entre la calidad de los servicios y las satisfacciones de los clientes en estos departamentos. registro en la gestión de tránsitos, transportes y movilidades en los organismos autónomos descentralizados del municipio de Ambato mediante un método cuantitativo que prueban las existencias de las relaciones de ambos variables de las investigaciones.

Padilla & Naranjo (2020) La tesis titulada: “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS” también tiene como objetivo determinar la importancia de diagnosticar la satisfacción de los usuarios con los servicios de atención en salud que reciben en las instituciones del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.



Existe un método de investigación cuantitativo y los tipos de investigaciones son descriptivas, por lo que las personas encuentran que existe una relación entre las variables de investigación como la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Guadalupe (2022) "Calidad de servicio de Rionet S.A. en satisfacciones de los clientes Riobamba – Ecuador" tienen el objetivo analizar las calidades de un servicio en términos de satisfacción del cliente de Rionet, Además, se trabajó con el método deductivo -hipótesis, investigación descriptiva y explicativa. Finalmente, el diseño de la investigación es no experimental y Concluyo que los empleados de Rionet no tienen buena calidad de servicio.

Villacrés (2020) presenta tesis doctoral: "Calidades de un servicio y sus satisfacciones de los demandantes externos que acuden a los laboratorios clínicos de las Fundaciones de Santa Isabel de Madres Precursores – Ecuador", cuyos objetivos es realizar evaluaciones a las calidades de servicio y las satisfacciones de los clientes externos. clientes de st. Fundación Isabel, Madre del Bautista. Esto va acompañado de un enfoque de diseño no experimental. Este tipo de investigación es de naturaleza cuantitativa y, en última instancia, concluimos que existe una fuerte relación.

Remache (2019) "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en Sicopem S.A. Ciudad de Guayaquil – Ecuador 2018" también tiene como



objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Sipecom. Si bien pude demostrar que lo utilizaron los enfoques cuantitativos, su diseño del trabajo no fue de naturaleza experimental y finalmente concluí que existía una relación promedio directa entre las variables de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la sucursal de Sicopem.

3.1.2. Nivel nacional

Flores (2022) La tesis doctoral se titula “La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en Casa Blanca”, cuyo objetivo es determinar la correlación entre variables de calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en Casa Blanca. Los métodos considerados en este estudio son cuantitativos, el tipo de investigación es básica, el nivel de investigación es descriptivo y el diseño es no experimental. También concluyo que las existencias de una relación positiva sobre las calidades de los servicios y las satisfacciones de los demandantes.

Salas & Ureta (2020) “Calidades de los servicios y las satisfacciones de clientes en Willmax S.A. C. Comas. 2020”, cuya meta general es la determinación de las relaciones de las calidades de los servicios y sus satisfacciones de los clientes de Willmax S.A. C. comas. Además, este estudio utilizó un método no experimental y también concluí que existe una relación significativa entre variables como la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Willmax.



Guevara & Sánchez (2020) en el trabajo “Calidades de los servicios y las satisfacciones de los clientes Compartamos Financiera S.A. Agencia Ferreñafe, 2020” porque tienen objetivos principales cómo determinan las calidades de los servicios en la relación y satisfacciones de los clientes de Comparte Financiera S.A. Ferreñafe también realiza investigación relacional y su diseño es no experimental. Mejoro y pruebo las relaciones entre las calidades de los servicios y las satisfacciones de los clientes con las empresas que brindamos.

Gonzales & Huanca (2018) El estudio titulado “Calidad del servicio y relación con la satisfacción del consumidor en el Restaurante Pollo a la Brasa Mariano Melgar Arequipa 2018” tiene como objetivo determinar la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor consumido en el Restaurante Pollo a la Brasa Mariano Melgar. El método utilizado es cuantitativo, no experimental, se trata de un estudio de diseño, correlacional, que además demuestra que existen las relaciones sobre sus variables de servicios de calidad y sus satisfacciones de la clientela.

Nina (2020) Trabajo doctoral sobre el tema: “La calidad de los servicios y sus relaciones con las satisfacciones de los demandantes del restaurant el Chifas como los Huarochiranos de Lima 2020”, el objetivo de la tesis es determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante Chifa El Huarochirano. Si la investigación es aplicada y no experimental. También se examina la relación existente entre las variables de calidad del servicio y la satisfacción del cliente.



3.1.3. Nivel regional

Estuco (2019) El proyecto de investigación se titula: "Calidad del servicios y relaciones con las satisfacciones de sus clientes en su departamento de caja de Industrias Alimentarias Negolatina S.C. R. LTDA. En la ciudad de Puno, periodo 2019", los objetivos lo determinan las relaciones entre las calidades de los servicios y sus satisfacciones de su cliente en el área de pagos de Industrias Alimentarias negolatina S.C.R. LTDA. Trabajo con métodos cuantitativos, el estudio es descriptivo, no experimental y correlacional. Resulta que existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

López (2019) El proyecto de investigación "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la cadena hotelera Casona Plaza Hotel Puno en 2019" tiene como objetivo determinar la calidad del servicio y el impacto de la satisfacción del cliente en la cadena Casona Hotel Plaza. Se utilizaron métodos mixtos (cuantitativos y cualitativos), descriptivos-relacionales, no experimentales, los resultados encontraron que no hubo relación entre las variables de investigación como la calidad del servicio y la satisfacción del cliente del restaurante del Hotel Casona Plaza. Puño.

Rodríguez (2021) "Impacto de las calidades de los servicios en las satisfacciones de sus clientes para vendedores mayoristas de informática Puno 2021" tiene como objetivo determinar el impacto de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en vendedores mayoristas de informática. Aunque existe un nivel metodológico básico descriptivo relacional de investigación, el trabajo de investigación es cuantitativo y, en última



instancia, de naturaleza no experimental. Se encontró que la calidad del servicio en realidad tiene un impacto positivo en la satisfacción del cliente.

Flores (2021) "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la sede de Mibanco en Puno durante el periodo coronavirus 2021", tiene como objetivo determinar indicadores de calidad de servicio relacionados con la satisfacción del cliente de Mibanco en el concesionario Bellavista Puno durante este periodo. Coronavirus. Su método de trabajo es de investigación cuantitativa, relacional, no experimental y concluye que existe un impacto muy significativo entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de Mibanco.

Cacñahuaray (2020) "Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Intervención Comunitaria Liderazgo Puno 2020" tiene como objetivo establecer la relación calidad de servicio y satisfacción de los usuarios para el líder de la Intervención Comunitaria. La investigación es cuantitativa, aplicada y no experimental. Por tanto, concluimos que existe una relación directa y significativa entre dos variables: calidad del servicio y satisfacción del usuario.

3.2. Marco Teórico

Calidad de servicio

Según Molina (2021), define que "la calidad del servicio es el cumplimiento de las expectativas del cliente respecto al nivel de servicio que satisface sus necesidades".



Según Albretch (2021), cree que “es importante enfatizar que cuando una organización propone una visión, teniendo en cuenta la calidad de los servicios que brinda, se dice que la calidad se logra cuando se logra satisfaciendo las necesidades del cliente.

Juran y Gryna (2007) definen "una característica de un producto o servicio, adquirida durante su producción o prestación del servicio, que determina en qué medida cumple con un conjunto de requisitos establecidos por la documentación técnica y por la configuración de uso".

Horovitz (2007) lo define como “los clientes valoran la calidad del servicio y no lo dividen en partes”.

Pérez (2007) considera esto como “la percepción de los clientes de que están satisfechos con cada una de sus necesidades”.

La calidad del servicio se centra en si los clientes están satisfechos con la atención que se les brinda para satisfacer sus necesidades como clientes y si esto es altamente beneficioso tanto para los individuos como para las empresas en la provisión de bienes y servicios.

Las importancias sobre la calidad de un servicio.

Es extremadamente importante que la calidad del servicio sea un hábito que se desarrolle y practique dentro de la organización y pueda entenderse como la satisfacción de todas las necesidades y expectativas del cliente. Es más importante brindar un servicio que sea accesible para los clientes que



sea comprensible. que sus necesidades sean satisfechas en un tiempo determinado.

Componentes de calidad de servicio

➤ **Empatía en la calidad de servicio**

Nos centramos en los resultados de nuestra estrategia, que tenemos en cuenta a la hora de construir relaciones comerciales sólidas. Las personas pueden confiar en las marcas, productos y servicios proporcionados por cualquier organización a los clientes de una manera que cumpla e incluso supere las expectativas de los clientes.

Según Abarca (2004) La confianza es el resultado de una decisión en la que estas acciones no están controladas y se basan en expectativas derivadas del conocimiento. (página 58)

Competencia

Estas son las habilidades que toda persona posee, como la forma en que actúa, piensa y demuestra sus habilidades para lograr sus objetivos profesionales.

Sinceridad

Estas son formas o estrategias para ganarnos la confianza de los clientes, interactuar y satisfacer sus solicitudes, la actitud debe ser amigable, cordial y si tenemos algún error en el producto que el cliente nos sienta incómodo, debemos actuar con naturalidad y volver a preguntar. por la disculpa necesaria para solucionar este problema.



Credibilidad

Nuestros clientes deben sentirse muy satisfechos y a la vez felices de comprar el producto o el servicio que brindan las empresas, la marca debe ser única y la empresa debe ser confiable.

➤ **Fiabilidad sobre las calidades de los servicios**

Además, se puede decir que son las capacidades de comprender y con ello también responder positivamente a un conjunto de requerimientos lo que hace que cada cliente, grupo empresarial interesado en nuestros productos, estos agentes se sientan satisfechos con sus necesidades.

Rendición de cuentas

Las facturas deben estar detalladas y respaldadas por recibos, facturas, etc. Además, esta característica es obligatoria para organizaciones públicas y privadas.

Transparencia

En este caso, la información debe proporcionarse de forma muy clara, precisa y de fácil comprensión. Donde no haya errores y no provoquen dudas o insatisfacciones en las personas.

Comportamiento ético

Cada cliente o individuo tiene una forma diferente de actuar y comportarse que es necesario considerar. Los empleados deben estar conscientes de todas las cosas que muestran o perturban el trabajo de los demás y por eso surgen diferencias y agresiones en la relación.



➤ **Capacidad de respuesta**

Si dejamos de pensar y responder en un tiempo récord. Primero, necesitamos conocer la necesidad o incomodidad del cliente con respecto al dispositivo. La respuesta a esta insatisfacción del cliente son esencialmente estrategias que se pueden implementar en momentos específicos. Donde necesitamos tomar medidas inmediatas para resolver el problema y así llegar a clientes que estén satisfechos con el servicio que brindamos.

Cottle (2021) Creemos que capacidad de respuesta significa la actitud que se puede demostrar al ayudar a los clientes para que el servicio se pueda realizar de inmediato.

Respeto a la persona

Cada persona debe asumir la aceptación, debemos valorar la dignidad de las personas y respetar sus derechos.

Orientación del usuario

Nos centramos en nuestros clientes y las decisiones deben tomarse en función de las necesidades del cliente o de los deseos individuales del consumidor. Se debe hacer todo lo posible para brindar una gran experiencia.

Información

Son acciones que realiza la entidad para que el cliente reciba un producto o solicite un servicio de la entidad, en las que se indica la ubicación, monto del pago, requisitos del procedimiento de registro, información que



podrá encontrar de manera virtual en las redes sociales, así como a través de la comunicación, etc.

➤ **Elementos de tangibilidad**

Se trata de bienes que se pueden tocar o tocar con la mano y que además son visibles en cuanto a forma, color, material, etc. En otras palabras, podemos definirlos como toda la materia percibida por los cinco sentidos de una persona y luego analizarla en consecuencia.

Desde la perspectiva de Riveros (2007) Son los aspectos físicos del servicio que involucran instalaciones, equipos, capital humano y materiales de trabajo.

Económico

Es la recaudación de impuestos o pagos por determinados servicios prestados por una organización, especialmente cuando a esa organización se le asigna un presupuesto.

Humanos

Este es el campo que se ocupa de la contratación, la ocupación de puestos, los puestos de trabajo y las personas responsables del servicio al cliente.

Materiales

Son herramientas diseñadas para actividades que las personas realizarán en organizaciones públicas o privadas y lograrán cualquier objetivo común.



Satisfacción del cliente

Según Kotler (2020) Las satisfacciones de los clientes se define como "el sentimiento de satisfacción o de decepciones de las personas, los resultados observados de la compra y el uso de un producto y el desempeño percibido del producto en relación con las expectativas del cliente".

Grande (2020) Así lo confirma las satisfacciones de los clientes como consumidor, "que los resultados de unas comparaciones son basadas en las observaciones recibidas por el beneficiario con las expectativas recibidas".

Chiavenato (2020) señala que "los clientes deben ser de importancia primordial para la organización y nunca deben ser vistos como irritantes o como receptores pasivos de los productos o servicios de la organización".

Castillo (2020) Dice que la satisfacción del cliente "es un término que implica en gran medida la prestación de un servicio o entrega en un momento en el que el cliente está satisfecho y se compara con las marcas de otras empresas y con ello logra el cumplimiento normativo para superar a otras empresas". Cumplir con las expectativas del cliente".

Las importancias en las satisfacciones de los clientes

Esto es algo en lo que vamos pensar, ya que estos ayudan a entender la capacidad del cliente para realizar compras futuras. De hecho, la satisfacción es un requisito imprescindible para ganarse un puesto en la mente de los consumidores y posteriormente en el mercado.



Componentes principales de satisfacción en los clientes

➤ Percepción de los clientes

Están claro cómo la organización u organización brinda servicios a los clientes y podemos observar si los clientes tuvieron una mala experiencia o una experiencia buena y única que recibieron de la organización. Entonces el cliente comienza a confiar en la empresa y sabe que sus necesidades se satisfacen en condiciones cómodas, el producto se compra fácilmente y con garantía.

Según la perspectiva de Piaget (1979) La percepción es el conocimiento adquirido a partir de objetos o movimientos y también puede adquirirse mediante contacto directo o real.

Calidad de atención

Estas son formas de apoyar a las personas y a los clientes con una determinada mentalidad y al mismo tiempo brindar un buen servicio a otras personas o clientes, lo que demuestra que los clientes son importantes para usted.

Marketing

Se trata de anuncios publicitarios y anuncios producidos a través de la televisión.

Redes sociales, radio, etc. Por lo tanto, es necesario mantener la coherencia en todos los productos o servicios de comunicación existentes.



Valores de la empresa

La gente quiere hacer negocios con una organización que comparta sus valores. Ser partícipe de los valores de la organización que influyen en la percepción de las personas o de los clientes.

➤ **Experiencia del cliente**

Esta experiencia es única tanto en el lado del cliente como en el de la organización, donde interactuamos continuamente con los clientes, desde el marketing hasta la compran el producto y el servicio que el cliente lo necesitan para satisfacer la necesidad. Su hombre.

De acuerdo a Hegel (2005) Éstas son infinitas definiciones de lo que significa aceptar el contenido o aceptarlo como verdadero para todos. (página 108)

Decisión

Es una forma de asegurar una solución instantánea, o también se puede decir que es una forma de llegar a un acuerdo en un plazo determinado de tiempo a satisfacción de la persona.

Estrategia

Estos son planes destinados a lograr o hacer realidad los objetivos de la organización y del cliente.

Procesos

Es un conjunto de tareas que están relacionadas entre sí y luego interactúan entre sí para formar las respuestas dadas.



➤ **Expectativas del cliente**

Este es el criterio que utilizan los clientes para valorar y valorar la atención o prestación de bienes y servicios. Los clientes esperan productos duraderos, precios asequibles y un servicio disciplinado.

Según el Escoriza (1985) Las expectativas se definen en términos de expectativas sobre un evento o consecuencia futura.

Cliente

Un cliente no es más que una persona que compra un producto o solicita un servicio a una organización. Esta persona se llama cliente.

Confiabilidad del servicio

La capacidad de brindar buenos servicios garantiza que los servicios prestados estén fabricados con buenos materiales y no tengan deficiencias.

Precios cómodos

Nos referimos a buenos productos y precios bajos, que se puede decir que son asequibles para los clientes.

➤ **Nivel de satisfacción**

En este sentido, podemos explicar qué es la medición a los clientes o personas a las que les gustan determinadas marcas. Esta experiencia está influenciada por factores relacionados con la calidad del producto, el valor entregado y las expectativas de las personas.



(Hunt, 1997) afirma que este es un proceso de revisión por parte de personas que han tenido experiencias excepcionales al comprar el producto.

Marca

Es el nombre del producto y también se identifica como el valor único percibido por el consumidor.

Producto

Es algo que está disponible para los clientes de un mercado determinado, donde puede ser adquirido por cualquier usuario capaz de satisfacer sus necesidades.

Duración

Estas son características que todo producto tiene o pueden considerarse el valor global del producto que cumple con los estándares del mercado y las expectativas del usuario.

3.3. Marco Conceptual

➤ Calidad

La calidad se refiere al tipo de servicio que se brindará al público o a los clientes que puedan estar interesados en adquirir un producto o servicio que pueda requerir un nivel particular de urgencia. Los productos proporcionados por empresas o agencias gubernamentales satisfacen las necesidades de la gente.



- **Servicio**

Un servicio se puede definir como algo que necesitas urgentemente para solucionar un problema: podría ser limpieza, recogida de basura, renovación de instalaciones, viajes en autobús, etc.

- **Satisfacción**

Esto es similar a la situación en la que un cliente está agradecido por un producto que ha comprado en una instalación en particular, le gusta y lo disfruta y, de hecho, puede recomendar a otro cliente que utilice esa instalación. Donde encontrarás todos los productos y un ambiente agradable.

- **Cliente**

Un cliente no es más que una persona que compra un producto o solicita un servicio a una organización. Esta persona se llama cliente.

- **Centro poblado**

Es una organización que desempeña las mismas funciones que el nivel comunal en términos de satisfacer las necesidades de la gente y recibe transferencias presupuestarias de los niveles provincial y comunal. Además, esta unidad es la más pequeña entre las unidades restantes.

- **Consumidor**

Se trata de alguien que compra continuamente los productos de la empresa para satisfacer sus necesidades, por lo que la empresa mejora constantemente.



- **Sensación**

Estas son las habilidades que determinan el tacto, el dolor, la visión, el movimiento y la posición del cuerpo.

- **Entidad**

Un lugar que atiende a toda la población, brindando servicios como trámites, servicios de limpieza, etc.

- **Necesidades**

Este es un conjunto de acciones que las personas deben realizar cuando están agradecidas y satisfechas con las cosas que han comprado o han comprado algo que les gusta.



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. Hipótesis General

- Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.

4.2. Hipótesis Específica

- Existe relación directa y significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.
- Existe relación directa y significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa, san pedro de grande putina punco, sandia, 2024
- Existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.



- Existe relación directa y significativa entre Los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.

4.3. Las variables

- **Calidad de servicio**

Empatía

Fiabilidad

Capacidad de respuesta

Elementos tangibles

- **Satisfacción del cliente**

Percepción

Experiencia

Expectativas

Nivel de Satisfacción



4.4. Cuadro de Operacionalización de Variables

Tabla 1 El cuadro de operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA		
Variable N° 1 Calidad de Servicio	Se dice que la calidad del servicio es la capacidad de atender a las personas de acuerdo con las necesidades o expectativas que cada persona, el cliente, tiene.	La calidad del servicio se realiza a partir de un cuestionario de evaluación administrado a una población específica, compuesto por varias preguntas de 12 puntos, donde se distribuyen según las dimensiones de empatía, Fiabilidad, eficiencia y factores materiales.	1. Empatía	1.1. Competencia 1.2. Sinceridad	1 a 3	-Nunca		
			2. Fiabilidad	1.3. Credibilidad 2.1. Rendición				
			3. Capacidad de Respuesta	2.2. Transparencia 2.3. Comportamiento			4 a 6	-A veces -Siempre
			4. Elementos Tangibles	3.1. Respeto 3.2. Orientación 3.3. Información 4.1. Económico 4.2. Humanos 4.3. Materiales			7 a 9 10a12	-Casi Siempre
Variable N° 2 Satisfacción del Cliente	Es lo que siente una persona o cliente al adquirir un producto o recibir un servicio de una organización o empresa que satisfaga sus necesidades.	La satisfacción del cliente está determinada por las preguntas planteadas al público. Las preguntas constaron de 12 ítems y fueron distribuidas según los aspectos de percepción, experiencia, expectativas y satisfacción	1. Percepción	1.1. Calidad 1.2. Marketing 1.3. Valores	13a15	-Nunca		
			2. Experiencia	2.1. Decisión 2.2. Estrategia 2.3. Procesos	16a18	-A veces -Siempre		
			3. Expectativas	3.1. Cliente 3.2. Confiabilidad	19a21	-Casi		
			4. Nivel de Satisfacción	3.3. Precios 4.1. Marca 4.2. Producto 4.3. Duración	22a24	siempre		

*Nota**.* La operacionalización de las variables del estudio entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente.



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la Investigación

El trabajo realizado incluye el análisis de datos y, al mismo tiempo, se verifica la hipótesis de la investigación mediante el método llamado "cuantitativo".

Según Tamayo (2007) "Lo que esto nos dice es que es consistente con teorías preexistentes, de hecho, nos dice que esto es parte de una serie de hipótesis que han surgido. Es muy importante que obtengas una muestra, ya sea aleatoria o discriminatoria, que sea representativa de la población que se está estudiando".

5.2. Método de la Investigación

El trabajo es de carácter deductivo - transversal porque se basa en las consecuencias de reglas, regulaciones, supuestos y conduce a la realidad observada acompañada de leyes generales.

De acuerdo a Gómez (2004) Señala que "es un conjunto de reglas y procedimientos mediante los cuales se extraen conclusiones y se basa en la



construcción de supuestos, llamados premisas de una hipótesis, de los cuales se buscan las consecuencias".

5.3. Tipo de la Investigación

Encuesta de calidad del servicio y satisfacción del cliente en el municipio centro poblado de San Miguel de Pampa Grande Putina Punco Sandía. La investigación es de naturaleza fundamental y tiene como objetivo desarrollar nuevas teorías o transformar las teorías existentes para avanzar en el conocimiento.

Según Hernández (2018) "Dice que la investigación es (básica) y aplica nuevos conocimientos y teorías, por eso se llama investigación básica".

5.4. Nivel de Investigación

"Se llama estudio (correlacional) porque medirán su porcentaje de las relaciones existentes de ambas variables- del trabajo de investigación". Este resultado se obtendrá mediante un procesamiento estadístico donde se podrá observar en spss el porcentaje de correlación encontrado en la prueba estadística.

De acuerdo a Mejía (2017) afirma que "los estudios de correlación miden dos variables y la correlación se establece mediante procedimientos estadísticos".



5.5. Diseño de la Investigación

Sampieri (2006) "Indica que este es un análisis donde todo se hace sin manipular las variables que se estudian, además, se puede visualizar el fenómeno y luego realizar un análisis en profundidad".

El trabajo de investigación es de naturaleza "no experimental" porque en esta investigación no habrá manipulación de los factores (variables) que se están midiendo y a través de ello también se observarán los eventos tal como realmente son, con lo que se obtendrán resultados más precisos. Análisis adecuado de los resultados obtenidos.

5.6. Población y Muestra

5.6.1. La población

En nuestro trabajo de investigación contamos con una población de 65 personas donde se realizará un estudio adecuado.

De acuerdo a Arias (2006) afirma que "es un grupo finito o infinito de elementos que tienen características comunes para las cuales la inferencia apropiada sería muy extensa".

5.6.2. La muestra

Arias (2006) Nos dice que es "un subgrupo finito y representativo aislado de una porción de la población disponible".



Aplicar fórmula:

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

- n = tamaño de la muestra
- N = población total de 65 personas
- Z° = los niveles de una confianza son (1,96)
- ☐ P = las probabilidades de los éxitos (0,5)
- ☐ q = 1- p probabilidades que fallan (0.5)
- ☐ d = Precisión de errores máxima permitida (0,05)

$$n = \frac{65 (1.96)^2 0,5 \cdot 0,5}{(0,05)^2 (65 - 1) + (1.96)^2 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{65 \cdot 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0.0025 \cdot 64 + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{62,426}{0,16 + 0,9604}$$

$$n = \frac{62,426}{1,1204}$$

$$n = 55$$

5.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

5.7.1. Técnicas

Se puede decir que es un conjunto de herramientas que se utilizan para recopilar información relevante y que podemos utilizar para



alcanzar los objetivos planteados en este estudio. Este método es una encuesta que se realizará entre los participantes del estudio.

5.7.2. Instrumentos

El instrumento utilizado en este estudio es un cuestionario que incluye una serie de preguntas a ser respondidas por la población que analizamos en este estudio. Un cuestionario es un formulario que contiene una serie de preguntas escritas según nuestros intereses u objetivos que necesitamos alcanzar.

5.8. Confiabilidad y Validez del Instrumento

5.8.1. La confiabilidad

Goetz (1988) Lo explican de la siguiente manera: "la confiabilidad se expresa en el grado de acuerdo interpretativo entre diferentes observaciones y estimaciones".

En otras definiciones, se puede decir que se trata de propiedades psicométricas que representan correlaciones con la ausencia de error de medición o el grado de concordancia.

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

Consideramos esto para fines de diseño (no de prueba).

Según el autor, "Oviedo" así lo indica

- $0,60 < 0,70$ significa que generalmente no es confiable o inaceptable".
- $0,70 > 0,90$ si es fiable y aceptable".

**Estadística de
confiabilidades**

Alfa de Cronbach's	N° del elemento
,955	24

*Nota**.* La confiabilidad del estudio

5.8.2. La validez

Este trabajo de investigación trata sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el municipio de San Miguel de Pampa Grande Putina Punco Sandia 2024. Será revisado por dos expertos en la materia.

Especialista N° 1: Dr. Roberto Paye Colquehuanca

5.9. Procedimiento de Tratamientos de Datos

El proceso de procesamiento del cuestionario incluye reformatear las preguntas para realizar una encuesta adecuada y obtener resultados adecuados para el propósito previsto, así como proporcionar la información de entrada necesaria para utilizarla en futuras investigaciones.

El procedimiento es el siguiente:

- o Preparar encuestas
- o Implementar plan piloto
- o Realizar encuestas apropiadas
- o Analizar el cuestionario
- o Realizar procesamiento en Excel
- o mover la pestaña de Excel a spss
- o Más confiabilidad
- o Aislar los resultados de probar la hipótesis de la investigación.



o Realizar controles de normalidad. o Aislar la relación entre variables y aspectos del estudio.

5.10. Diseño y Contrastación de Hipótesis

La prueba de hipótesis es el acto de observar u observar experimentos, artículos y estudios sistemáticos para probar si una hipótesis es verdadera o falsa.

El Planteamiento Hipótesis General

H1. NO La calidad del servicio no tiene relación directa y significativa con la satisfacción del cliente en San Miguel de Pampa Grande Putina Punco Sandia 2024

Ha. SI La calidad del servicio está directa y significativamente relacionada con la satisfacción del cliente en el Centro Ciudad de San Miguel de Pampa Grande Putina Punco Sandia 2024.

El Nivel de Significancia.

En el trabajo de investigación, los niveles de significancia disponibles y los datos incluidos fueron $\alpha = 0,05$, lo que corresponde al 5%.

La Prueba Estadística.

En los estudios de tau-Kendall, se utiliza como estadística utilizada para medir los valores p en las correlaciones.

El Cálculo de P valor.

Tabla 2
Cálculo de P valor en HG.

		Medidas simétricas			
		Valores	Error estándares asintóticos ^a	T aproximadas ^b	Significaciones aproximadas
Ordinales por ordinales	Tau-b de Kendall	,771	,083	5,221	,000
N de casos válidos		55			

Nota.** El P valor de HG. Mediante el valor estadístico de tau b Kendall.

La Decisión

En este estudio, el procedimiento de prueba de hipótesis utiliza una serie de análisis en los que creemos que el valor estadístico utilizado está determinado por la tau-b de Kendall. En la Tabla 2 se muestra el resultado 0.000, el cual es parte del valor p, por lo que es un resultado menor al nivel de significancia 0.05. Por lo tanto, se puede afirmar que existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad Centro de poblado de San Miguel de Pampa Grande.

El Planteamiento Hipótesis Específico N°1

H1. NO Existe unas relaciones directas y significativas sobre la empatía y las satisfacciones de sus clientes en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia, 2024.
Ha. SI Existe una relación directa y significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia, 2024.

El Nivel de Significancia.

En el trabajo de investigación, los niveles de significancia disponibles y los datos incluidos fueron $\alpha = 0,05$, lo que corresponde al 5%.

La Prueba Estadística.

En los estudios de tau-Kendall, τ_b se utiliza como estadística utilizada para medir los valores p en las correlaciones.

El Cálculo de P valor.

Tabla 3
Cálculo de P valor HE.1

		Medidas simétricas			
		Valores	Error estándares asintóticos ^a	T aproximadas _b	Significaciones aproximadas
Ordinales	Tau-b				
por	de	,779	,081	5,301	,022
ordinales	Kendall				
N de casos válidos		55			

Nota.** El P valor de HE. N°1. Estadística de tau b Kendall.

La Decisión

En este estudio, el procedimiento de prueba de hipótesis utiliza una serie de análisis en los que creemos que el valor estadístico utilizado está determinado por la tau-b de Kendall. En la Tabla 3 se muestra un resultado de 0.022, el cual pertenece al p-valor, por lo que este es un resultado inferior al nivel de significancia indicado que es 0.05. Por lo tanto, se puede afirmar que existe una relación directa y significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.



El Planteamiento Hipótesis Específico N°2

H1. NO Existe unas relaciones directas y significativas sobre la fiabilidad y sus satisfacciones de sus clientes en el municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa, San Pedro de Grande Putina Punco, Sandia, 2024.

Ha. SI Existe unas relaciones directas y muy significativas sobre la fiabilidad y las satisfacciones de sus clientes en el municipio del centro poblado de San Miguel de Pampa, San Pedro de Grande Putina Punco, Sandia, 2024.

El Nivel de Significancia.

En el trabajo de investigación, los niveles de significancia disponibles y los datos incluidos fueron @ = 0,05, lo que corresponde al 5%.

La Prueba Estadística.

En los estudios de tau-Kendall, b se utiliza como estadística utilizada para medir los valores p en las correlaciones.

El Cálculo de P valor.

Tabla 4
Cálculo de P valor HE.2

		Medidas simétricas			
		Valores	Error ándares asintóticos	T aproximadas ^b	Significaciones aproximadas
Ordinales	Tau-b				
por	de	,779	,082	5,309	,023
ordinales	Kendall				
N de casos válidos		55			

*Nota**. P valor de HE. N° 2, la estadística del valor de tau b Kendall.



La Decisión

En este estudio, el procedimiento de prueba de hipótesis utiliza una serie de análisis en los que creemos que el valor estadístico utilizado está determinado por la tau-b de Kendall. La Tabla 4 muestra un resultado de 0,023, que es parte del valor p, por lo que este resultado es menor que el nivel de significancia especificado, que es 0,05. Por lo tanto, se puede aseverar que existe una relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.

El Planteamiento Hipótesis Específico N° 3

H1. NO Existe unas relaciones directas y muy significativas sobre la capacidad de respuesta y las satisfacciones de los clientes en el municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia, 2024.

Ha. SI Existe una relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la municipalidad de Centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia, 2024.

El Nivel de Significancia.

En el trabajo de investigación, los niveles de significancia disponibles y los datos incluidos fueron $\alpha = 0,05$, lo que corresponde al 5%.

La Prueba Estadística.

En los estudios de tau-Kendall, b se utiliza como estadística utilizada para medir los valores p en las correlaciones.

El Cálculo de P valor.

Tabla 5
Cálculo de P valor HE. 3

		Medidas simétricas			
		Valores	Error estándares asintóticos ^a	T aproximadas ^b	Significaciones aproximadas
Ordinales	Tau-b				
por	de	,776	,081	5,222	,011
ordinales	Kendall				
N de casos válidos		55			

*Nota**. P valor de HE. N° 3. mediante la estadística de tau b Kendall.

La Decisión

En este estudio, el procedimiento de prueba de hipótesis utiliza una serie de análisis en los que creemos que el valor estadístico utilizado está determinado por la tau-b de Kendall. En la Tabla 5 se muestra un resultado de 0.011, el cual pertenece al p-valor, por lo que este es un resultado inferior al nivel de significancia indicado que es 0.05. sin embargo, se puede afirmar la existencia las relaciones directa y significativa de ambos elementos como las capacidades de las respuestas y las satisfacciones de los clientes en el municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.

El Planteamiento Hipótesis Específico N°4

H1. NO existe relación directa y significativa entre los factores físicos y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia, 2024.

Ha. SI Existe una relación directa y significativa entre los factores físicos y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia, 2024.

El Nivel de Significancia.

En el trabajo de investigación, los niveles de significancia disponibles y los datos incluidos fueron $\alpha = 0,05$, lo que corresponde al 5%.

La Prueba Estadística.

En los estudios de tau-Kendall, se utiliza como estadística utilizada para medir los valores p en las correlaciones.

El Cálculo de P valor.

Tabla 6
Cálculo de P valor HE.4

		Medidas simétricas			
		Valores	Error ándares asintóticos	T aproximadas ^b	Significaciones aproximadas
Ordinales por ordinales	Tau-b de Kendall	,777	,080	5,220	,012
N de casos válidos		55			

*Nota**. El P valor de HE. N° 4. Resultado de valor estadístico de Kendall.



La Decisión

En este estudio, el procedimiento de prueba de hipótesis utiliza una serie de análisis en los que creemos que el valor estadístico utilizado está determinado por la tau-b de Kendall. En la Tabla 6 se muestra un resultado de 0.012, el cual es parte del valor p, por lo que este resultado es menor que el nivel de significancia indicado, que es 0.05. Por lo tanto, se puede afirmar que existe una relación directa y significativa entre los factores físicos y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIONES

6.1. Presentación de Resultados

La Prueba de Normalidad

Tabla 7

La Prueba de Normalidad del Estudio

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov - Smirnov ^a			Shapiro - Wilk		
	Estadísticos	gl	Sig.	Estadísticos	gl	Sig.
CALIDAD DE SERVICIO	,060	55	,200*	,988	55	,000
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	,060	55	,200*	,988	55	,000

*Nota**. La Tabla de normalidad del estudio.

Exposición

Con base en la tabla número 7, existe un criterio de normalidad en el que se pueden seguir claramente las cifras, partiendo de una población de reserva de 55 trabajadores y con una población de más de 50 personas se utiliza Kolmogorov, pero tuvimos una excepción, aunque las poblaciones mayores de 50 se consideraron bifurcadas de Shapiro y también se observó un valor de P de 0,000; estos datos estaban por debajo del nivel de significancia. Desde esta perspectiva, podemos decir que el trabajo realizado tiene una distribución natural.

Las Correlaciones del Objetivo General y de los Objetivos

Específicos

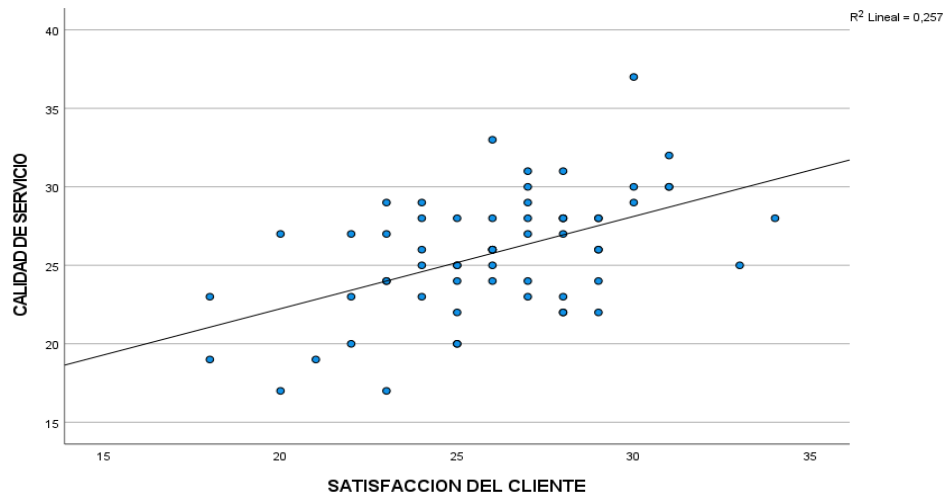
Objetivo General

Tabla 8
Relación del Objetivo General

Correlaciones			
		CALIDAD DE SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
CALIDAD DE SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,983**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	55	55
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Correlación de Pearson	,983**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	55	55

*Nota**.* La relación. calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Figura 1
Diáspora de Puntos en OG.



*Nota**.* Dispersión de puntos del objetivo principal

Exposición

En el Cuadro 8 se muestra la relación porcentual existente entre los componentes de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el

municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, Putina Punco, Sandia. El resultado de la asociación son los siguientes datos numéricos: el valor p es 0.000, este dato es menor que 0.05, lo cual es muy significativo, y el índice de asociación es 0.983, lo que nos da el conocimiento de la correlación de Pearson y por lo tanto el resultado es el mismo. como resultado 98,3% de relación sobre elemento de calidad de los servicios y sus satisfacciones del cliente del municipio del centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.

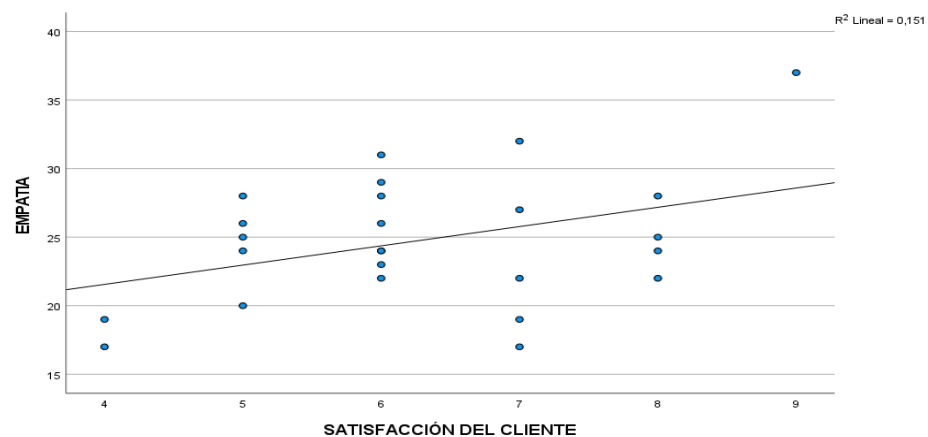
Objetivo Específico N° 1

Tabla 9
Relacion de OE. N°1

Correlaciones			
		EMPATIA	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
EMPATIA	Correlación de Pearson	1	,874
	Sig. (bilateral)		,022
	N	55	55
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Correlación de Pearson	,874	1
	Sig. (bilateral)	,022	
	N	55	55

*Nota**. Relacion OE1. La empatía y satisfacción del cliente.

Figura 2
Diáspora de puntos OE. N°1



*Nota***. Dispersión de puntos del objetivo específico uno

Exposición

En la Tabla 9 se muestra la relación porcentual entre los componentes de empatía y satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, Putina Punco, Sandia. El resultado de la asociación son los siguientes datos numéricos: el valor p es 0.022, este dato es menor que 0.05, lo cual es muy significativo, y el índice de asociación también es 0.874, por lo que nos dio una idea Conocimiento de la correlación de Pearson y por lo tanto este resultado es el mismo es el resultado del 87.4% de la relación entre empatía y satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, Putina Punco, Sandia, 2024.

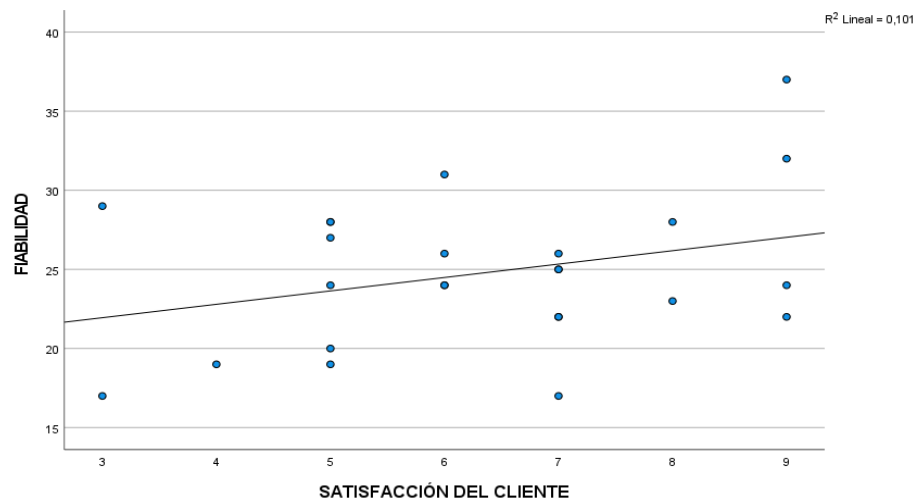
Objetivo Especifico N° 2

Tabla 10
Relacion de OE. N°2

Correlacione			
		FIABILIDAD	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
FIABILIDAD	Correlación de Pearson	1	,879
	Sig. (bilateral)		,023
	N	55	55
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Correlación de Pearson	,879	1
	Sig. (bilateral)	,023	
	N	55	55

*Nota**. Relación de fiabilidades y satisfacciones de clientes

Figura 3
Diáspora de puntos en OE. N° 2



*Nota***. Dispersión de puntos del objetivo específico dos

Exposición

El Cuadro 10 a continuación muestra las relaciones de porcentual existencia sobre los componentes de confiabilidad y las satisfacciones de cliente del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, Putina Punco, Centro de la Ciudad de Sandia. El resultado de la asociación son los siguientes datos numéricos: el valor p es 0.023, este dato es menor que 0.05, lo cual es muy significativo, y el índice de asociación también es 0.879, por lo que nos dio una idea Conocimiento de la correlación de Pearson y por lo tanto este resultado coincide con la relación del 87,9% entre confiabilidad y satisfacción del cliente en la municipalidad de san miguel, Pampa Grande, 2024.

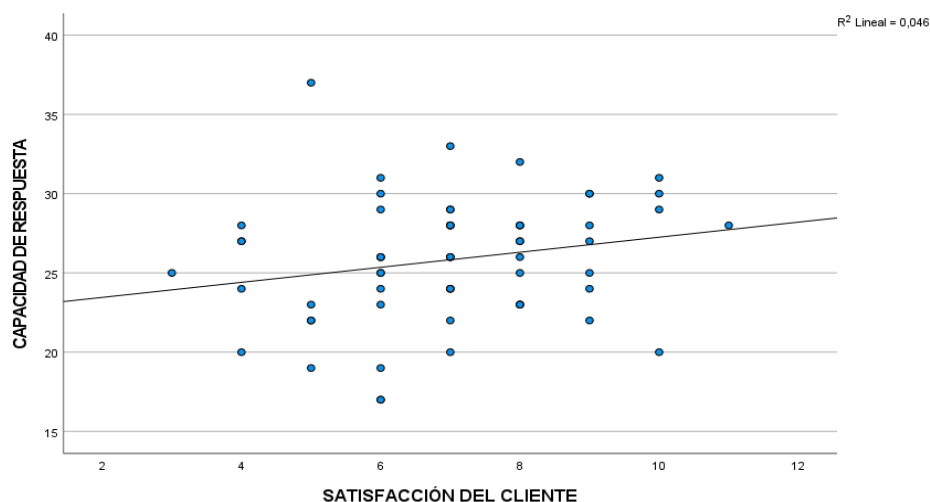
Objetivo Específico N° 3

Tabla 11
Relacion de OE. N°3

		Correlaciones	
		CAPACIDAD DE RESPUESTA	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Correlaciones de Pearson	1	,847
	Sig. (bilaterales)		,011
	N°	55	55
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Correlaciones de Pearson	,847	1
	Sig. (bilaterales)	,011	
	N°	55	55

*Nota**. Relación de capacidad de respuesta, satisfacción del cliente

Figura 4
Diáspora de puntos en OE. N° 3



*Nota***. Dispersión de puntos del objetivo específico tres

Exposición:

El Cuadro 11 a continuación muestra la relación porcentual que existe entre los componentes de la respuesta y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande. El resultado de la asociación son los siguientes datos numéricos: el valor p es

0.011, este dato es menor que 0.05, lo cual es muy significativo, y el índice de asociación es 0.847, lo que nos da el conocimiento de la correlación de Pearson y por lo tanto los resultados son similares a la relación del 84,7% entre capacidades de las respuestas y su satisfacción en el cliente del centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, provincia de sandia 2024.

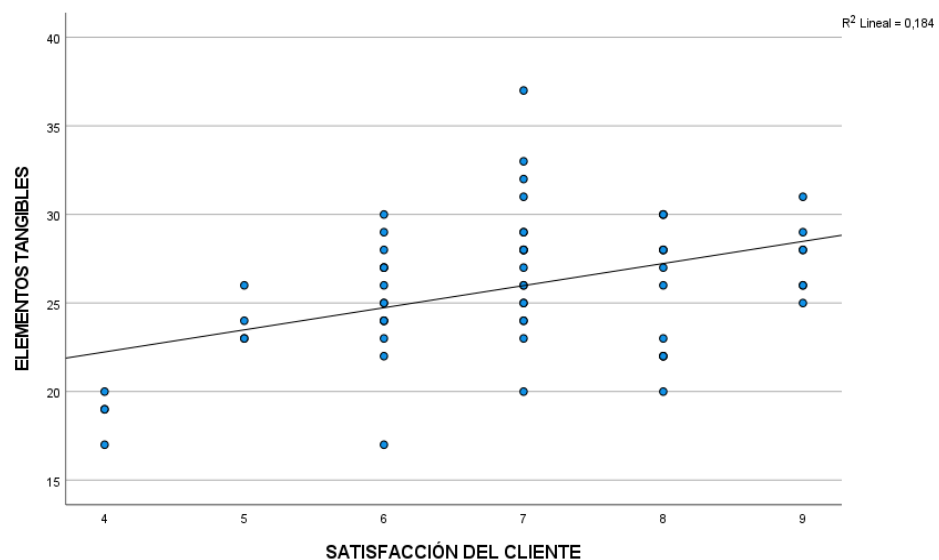
Objetivo Específico N° 4

Tabla 12
Relacion de OE. N°4

Correlaciones			
		ELEMENTOS TANGIBLES	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
ELEMENTOS TANGIBLES	Correlación de Pearson	1	,867*
	Sig. (bilateral)		,012
	N	55	55
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Correlación de Pearson	,867*	1
	Sig. (bilateral)	,012	
	N	55	55

*Nota**.* Relacion de elemento tangible, la satisfacción en el cliente

Figura 5
Diáspora de puntos en OE. N° 4



*Nota**.* Dispersión de puntos del objetivo específico cuatro



Exposición

En el Cuadro 12 se muestra la relación porcentual existente entre los componentes del factor físico y las satisfacciones en el cliente del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande. La asociación resulta con los siguientes datos numéricos: el valor p es 0.012, este dato es menor a 0.05, lo cual es altamente significativo, y el porcentaje de asociación es 0.867, lo que nos da el conocimiento de la correlación de Pearson y por lo tanto los resultados son los mismos que los de 86, 7% de relación entre factores físicos y satisfacciones del cliente del municipio de "centro poblado de San Miguel" de Pampa Grande, 2024.

6.2. Discusiones del Estudio

En mis discusiones internacionales, elegí a Villacrés, su tesis doctoral: "Calidad de servicios y las satisfacciones de clientes externos que requieren de laboratorios clínicos de las Fundaciones de Santas Isabel de los Madres Precursores - Ecuador", orientada a evaluaciones de la calidad en los servicios y las satisfacciones de clientes externos de laboratorios clínicos. de las Fundaciones Santas. Isabel, madres en el precursor. y finalmente llegó a su conclusión y confirmó la existencia de una estrecha conexión. Por otro lado, mis resultados los obtuve usando los siguientes datos numéricos: Como el valor p es 0.000, este dato es menor a 0.05, lo cual es muy significativo, y el porcentaje es 0.983, lo que nos da el conocimiento de la correlación de Pearson, por lo que esto da como resultado una calidad de servicio similar con una tasa de satisfacción del cliente del 98,3% en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, 2024.



Los debates nacionales se centraron en Nina y su tesis doctoral entre: “su calidad de los servicios y las relaciones con las satisfacciones de sus clientes en Chifa El Huarochirano Lima 2020”, con el objetivo de identificar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente a nivel nacional. Chef del restaurante El Huarochirano. También se examina la relación existente entre las variables de calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Por otro lado, mi gente obtiene los siguientes resultados y están expresados en datos numéricos porque el valor P es 0.000, este dato es menor que 0.05, lo cual es significativo, y el porcentaje es 0.983 lo que nos da la Correlación de Conocimiento de Pearson y por lo tanto este resultado es similar al resultado que establece el 98,3% de relaciones existentes la calidad, en el servicio y su satisfacción, de sus clientes en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande. 2024.

Durante las discusiones regionales, analicé a López en el artículo: “Calidades en Servicios y las Satisfacciones de sus Clientes del Hotel Casona Plaza Puno 2019”, entonces sus objetivos fueron y determinaron que las calidades en los servicios y el impacto en las satisfacciones de los clientes del Hotel Casona. Hotel Plaza y se encontró que no existe relación entre las variables de investigación como calidad de servicio y satisfacción del cliente para Casona Plaza Hotel Puno. Si mi estudio arroja resultados contrarios al resultado que alcanzo el dueño de la tesis el López, reportaré los resultados de correlación con los siguientes datos numéricos, ya que el valor de P es 0.000, este dato es menor que 0.05, tiene significancia y



significancia porcentual. es 0.983, por lo que ya conocemos la correlación de Pearson y por lo tanto este resultado es similar a lo que se dice sobre la relación del 98.3% la existencia de las relaciones de calidad en el servicio y su satisfacción en el cliente del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, 2024.

Durante nuestra investigación sobre la calidad en los servicios y las satisfacciones que tiene el cliente del municipio de centro poblado de "San Miguel de Pampa Grande", confirmamos que no hemos encontrado inconvenientes que requieran influir en las decisiones comunes. Recopilamos datos de proceso para poder incorporarlos posteriormente a nuestra investigación y obtener los resultados necesarios para nuestros propósitos.



CONCLUSIONES

Primera: Determinaron las relaciones existentes entre la calidad del servicio y la satisfacción en el cliente del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande. El resultado de la asociación son los siguientes datos numéricos: el valor p es 0.000, este dato es menor que 0.05, lo cual es muy significativo, y el índice de asociación es 0.983, lo que nos da el conocimiento de la correlación de Pearson y por lo tanto el resultado es el mismo. como resultado 98,3% de relaciones existentes calidad del servicio y la satisfacción en los clientes del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, Putina Punco, Sandia, 2024.

Segunda: Determinaron las relaciones que existen entre la empatía y su satisfacción en el cliente del municipio de centro poblado de San Miguel en Pampas Grande, 2024. El resultado de la relación son los siguientes datos numéricos, como por ejemplo un valor P de 0.022, estos Los datos son inferiores a 0,05, es decir, significativos, por lo que el índice de asociación es 0,874, lo que nos habla de la correlación de Pearson y, por tanto, del resultado. Este resultado es similar al hallazgo de que existe una asociación del 87,4% entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, 2024.

Tercera: Determinaron las relaciones existentes entre su confiabilidad y su satisfacción de sus clientes en la municipalidad de centro poblado de "San Miguel de Pampa Grande", 2024. El resultado de la relación son los siguientes datos numéricos, por ejemplo, el valor P es 0.023, estos los datos son inferiores



a 0,05, este es el nivel de significancia y, por lo tanto, el índice de asociación es 0,879, esto nos ha dado conocimiento sobre la correlación de Pearson y, por lo tanto, este resultado es como encontrar el 87,9% de los enlaces actuales. entre confiabilidad y satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel en Pampas Grande, 2024.

Cuarta: Determinar la relación existente entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, 2024. Resultados de la relación son los siguientes datos numéricos como p-valor es 0.011 el dato es menor que 0.05 lo cual es muy significativo y el índice de asociación es 0.847 lo que nos permite conocer la correlación de Pearson, por lo que el resultado Este resultado es similar al hallazgo de que existe una asociación del 84.7% sobre la intensidad de respuesta y las satisfacciones en los clientes del municipio de centro poblado de San Miguel. de Pampa Grande, 2024.

Quinta: Determinaron las relaciones existentes en los factores físicos y las satisfacciones de sus clientes del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, San Pedro de Putina Punco, Sandia, 2024. El resultado de la relación son los datos siguientes al número, como por ejemplo el valor P 0.012, estos datos son menor a 0.05, es decir significativo y por lo tanto el índice de asociación es de 0.867, lo que permite conocer la correlación de Pearson y por ende el resultado, este resultado es similar al hallazgo del 86.7% de relación existente entre los factores físicos y las satisfacciones en el cliente del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande, 2024.



RECOMENDACIONES

Primera: San Miguel de Pampa Grande, Putina Punco, Áreas Urbanas del Centro de la Ciudad de Sandia Se recomienda implementar nuevas estrategias para garantizar un buen servicio y mejorar la calidad en el servicio y su satisfacción de los clientes del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.

Segunda: Recomienda que la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande brinde capacitación continua sobre valores y principios para mejorar la adecuada gestión de las empatías y su satisfacción de sus clientes del municipio de centro poblado de San Miguel de Pampas Grande.

Tercera: Se alienta a las autoridades municipales a evaluar a los empleados municipales según principios humanos, comenzando por la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.

Cuarta: Recomendamos que la Municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande adopte algunas estrategias de suma importancia para lograr una buena capacidad en las respuestas y así aumentar la satisfacción del cliente del Municipio de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.

Quinta: Se recomienda a la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande implementar nuevos métodos para gestionar eficazmente los elementos tangibles, recibir un buen reconocimiento de los clientes, satisfacer las necesidades de las personas y alcanzar los objetivos de la municipalidad de centro poblado de San Miguel de Pampa Grande.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abarca. (2004). Concepto de Confianza. *Perfiles Educativos*, 58.
- Albretch. (2021). Calidad de Servicio. *Ciencias Tecnicas y Aplicadas Articulo de Investigacion*.
- Arias Gomez, G. (2006). Metodologia de la Investigacion La muestra. *Virtual.urbe.edu*.
- Arias Gomez, G. (2006). Metodologia de la Investigacion la poblacion. *Virtual.urbe.edu*.
- Cacñahuaray Suarez, E. L. (2020). Calidad del servicio y nivel de satisfaccion de las usuarias de la intervencion comunitaria de los lideres, Puno. *Renati.sunedu.gob.pe*.
- Castillo. (2020). Definiciones de Satisfaccion del Cliente. *Repositorio de Universidad Señor Sipan Tesis*, 42.
- Chiavenato, H. (2020). Definiciones de Satisfaccion del Cliente. *Revista de Investigaciones ULCB*.
- Cottle. (2021). Medicion de la capacidad de respuesta en restaurente mediante el metodo Serv Qual. *Digital Publisher*, 256.
- Escoriza. (1985). Definiciones de expectativas. *Redalyc.org*.
- Estuco Huallpá, Y. M. (2019). Calidad de servicio y su relacion con el grado de satisfaccion del cliente en el area de caja en Industrias Alimentarias Negolatina S. C. R. LTDA de la ciudad de puno. periodo. *Repositorio de Universidad Privada San Carlos*.
- Flores Alca, M. (2021). Calidad de servicio y la satisfaccion de los clientes de Mibanco sede Puno en tiempos del coronavirus. *Repositorio de Universidad Privada San Carlos*.



- Flores Vega, J. C. (2022). Calidad de Servicio y su relacion con la Satisfaccion del Cliente en la empresa Casa BLanca. *Repositorio de la Universidad Continental*.
- Goetz. (1988). La confiabilidad del estudio. *UCV.VE*.
- Gomez Chacon, J. V. (2004). Metodos de la Investigacion Deductivo. *Repositorio*.
- Gonzales Carachule, L. M., & Huanca Vilca, E. D. (2018). La calidad del servicio y su relacion con la satisfaccion de los consumidores de restaurantes de pollos a la braza de Mariano Melgar Arequipa. *Repositorio de Universidad Tecnologica del Peru*.
- Grande, E. (2020). Definiciones de Satisfaccion del Cliente. *Revista Investigaciones ULCB*.
- Guadalupe Castañeda, V. J. (2022). Calidad de los Servicios de la Compañia Rionet S.A. en la Satisfaccion de los Clientes Riobamba - Ecuador. *Repositorio Digital UNACH*.
- Guevara Guevara, E. J., & Sanchez Oblitas, R. (2020). Calidad de servicio y satisfaccion de los clientes de la empresa Compartamos FInanciera S. A. agencia Fereñafe. *Repositorio de la Universidad Señor de Sipan*.
- Hegel. (2005). Concepto de Experiencia. *Dialnet.unirioja.es*, 108.
- Hernandez Sampieri, R. (2018). Tipo de Investigacion Aplicada. *Catarina Udlap*.
- Horovitz. (2007). Calidad de Servicio. *Revistas de Ciencias Sociales*.
- Hunt. (1997). Concepto de niveles de satisfaccion. *Medicion de la satisfaccion del cliente*.
- Juran, & Gryna. (2007). Calidad de Servicio. *Ve Scielo. Org*.
- Kotler, P. (2020). Satisfaccion del Cliente. *Revista Freshcaller*.



- Lopez Ancco, V. J. (2019). Calidad de servicio y su influencia en la satisfaccion del cliente en la cadena de hoteles Casona Plaza Hotel Puno. *Repositorio de la Universidad Nacional del Altiplano*.
- Mejia. (2017). Nivel de Investigacion Correlacional. *Repositorio.Untumbes.edu*.
- Molina. (2021). Calidad de Servicio. *Ciencia Tecnicas y Aplicadas Articulos de Investigacion*, 1434.
- Nina Calle, E. (2020). Calidad de servicio y su relacion con la satisfaccion del cliente en el restaurant chifa el Huarochirano Lima. *Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo*.
- Padilla Martinez, M. P., & Naranjo Teneda, R. G. (2020). La calidad del servicio y satisfaccion de los usuarios en el Instituto Ecuatoriana de Seguridad Social IESS. *Repositorio Universidad Tecnica de Ambato*.
- Perez. (2007). Calidad de Servicio. *Revistas de Ciencias Sociales*.
- Piaget. (1979). Percepcion. *Sedici. unlp.edu.ar*, 77.
- Remache Yungan, S. S. (2019). Calidad del servicio y la satisfaccion del cliente en la empresa Sipecom S. A. de la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Repositorios Latinoamericanos*.
- Riveros. (2007). Elementos Tangibles. *Arbitrada Venezolana*, 136.
- Rodriguez Cabello, R. R. (2021). Influencia de la calidad de servicio en la satisfaccion de los clientes de una empresa mayorista de computadoras. Puno. *Repositorio de la Universidad Alas Peruanas*.
- Salas Calle, H. A., & Ureta Cortez, G. M. (2020). Calidad de servicio y la satisfaccion del cliente en la empresa Willmax S. A. C. Comas. *Repositorio de la Universidad Privada del Norte*.



- Santamaria Diaz, E. C., & Gancino Vergara, S. M. (2020). Calidad de servicio y satisfaccion del cliente en la unidad de Matriculacion de la Direccion de Transito Transporte y Movilidad del Gobierno Autonomo Descentralizado Municipalidad de Ambato. *Repositorio de Universidad Tecnica de Ambato*.
- Tamayo, F. (2007). Enfoque de la Investigacion Cuantitativa. *Eumed. net*.
- Villacres Briones, A. G. (2020). La calidad del servicio y satisfaccion del cliente externo en el laboratorio clinico de la Fundacion Santa Isabel Madre del Precursor. *La referencia. Info*.



ANEXOS



Anexo N° 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables/ Dimensiones	Indicadores	Diseño metodológico	Población y muestra
<p>Problema General ¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?</p> <p>Problema Específico ¿Cuál es la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?</p>	<p>Objetivo General. Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.</p> <p>Objetivo Específico. Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.</p>	<p>Hipótesis General Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.</p> <p>Hipótesis Específico Existe relación directa y significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.</p>	<p>Variable 1 CALIDAD DE SERVICIO Dimensión EMPATIA Abarca (2004)</p> <p>Dimensión FIABILIDAD</p> <p>Dimensión CAPACIDAD DE RESPUESTA Cottle (2021)</p> <p>Dimensión ELEMENTOS TANGIBLES Riveros (2007)</p>	<p>Indicadores</p> <p>1.1. Competencia 1.2. Sinceridad 1.3. Credibilidad</p> <p>2.1. Rendición 2.2. Transparencia 2.2. Ético</p> <p>3.1. Respeto 3.2. Orientación 3.3. Información</p>	<p>Enfoque de investigación n</p> <p>Quantitativo</p> <p>Método de investigación n</p> <p>Hipotético – deductivo transversal</p> <p>Tipo de investigación n</p>	<p>Población La población está conformada por 65 trabajadores</p> <p>Muestra: la muestra fue de 55 trabajadores.</p>



<p>¿Cuál es la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024</p> <p>Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.</p> <p>Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.</p>	<p>Existe relación directa y significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa, san pedro de grande putina punco, sandia, 2024</p> <p>Existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.</p> <p>Existe relación directa y significativa entre Los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024.</p>	<p>Variable 2</p> <p>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</p> <p>Dimensión 1</p> <p>PERCEPCIÓN</p> <p>Piaget (1979)</p> <p>Dimensión 2</p> <p>EXPERIENCIA</p> <p>Hegel (2005)</p> <p>Dimensión 3</p> <p>EXPECTATIVAS</p> <p>Escoriza (1985)</p> <p>Dimensión 4</p> <p>NIVEL DE SATISFACCIÓN</p> <p>(Hunt, 1997)</p>	<p>4.1. Económico</p> <p>4.2. Humanos</p> <p>4.3. Materiales</p> <p>1.1. Calidad</p> <p>1.2. Marketing</p> <p>1.3. Valores</p> <p>2.1. Decisión</p> <p>2.2. Estrategia</p> <p>2.3. Procesos</p> <p>3.1. Cliente</p> <p>3.2. Confiabilidad</p> <p>3.3. Precios</p> <p>4.1. Marca</p> <p>4.2. Producto</p> <p>4.3. Duración</p>	<p>Básica</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Correlacional</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental</p>	
--	---	---	---	---	--	--



municipalidad de centro poblado de san miguel de pampa grande, san pedro de putina punco, sandia, 2024?						
---	--	--	--	--	--	--



Anexo N° 02 MATRIZ DE DATOS

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024.

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

4 : PX1 Visible: 44 de 44 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	X	X1	X2	X3	X4	Y	Y1	Y2	Y3	Y4	PX
1	3	3	1	2	3	4	1	1	3	3	1	4	2	3	2	1	1	1	1	1	2	2	3	3	28	7	8	5	6	25	7	3	4	8	
2	4	1	1	4	2	1	1	2	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	3	1	1	28	6	7	7	6	24	6	8	3	5	
3	1	2	2	1	2	4	1	3	2	2	4	2	1	1	4	2	2	2	1	1	1	4	4	3	27	5	7	6	7	28	6	6	3	11	
4	3	3	1	4	4	1	3	2	3	4	1	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	2	32	7	8	8	7	32	9	7	9	7	
5	3	2	1	1	1	1	3	2	2	2	3	2	2	1	1	3	3	2	3	4	2	2	3	3	23	6	3	7	7	30	4	8	9	8	
6	1	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	25	6	5	7	6	26	7	7	7	7	
7	2	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	28	6	8	6	8	23	6	5	5	7	
8	2	1	1	3	1	3	2	2	2	3	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	23	4	7	6	6	17	4	5	4	4	
9	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	26	6	6	7	7	26	6	6	6	8	
10	1	1	2	2	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	18	4	4	6	4	19	3	5	6	5	
11	1	3	1	3	1	1	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	2	2	1	1	1	2	3	2	25	5	5	9	6	24	9	5	3	7	
12	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	1	2	1	4	1	1	2	33	8	7	9	9	25	6	8	7	4	
13	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	4	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	3	2	25	5	5	7	8	20	5	4	5	6	
14	3	2	2	1	1	1	3	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	24	7	3	6	4	17	5	4	4	4	
15	3	2	1	2	3	4	2	3	2	2	3	2	2	1	3	4	1	1	1	2	2	2	3	2	28	6	9	7	7	24	6	6	5	7	
16	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	4	2	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	27	6	6	6	9	32	9	8	7	7	
17	2	2	1	3	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	28	5	8	8	8	28	9	6	6	7	
18	1	3	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	25	5	7	6	7	27	7	6	7	5	
19	3	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	28	8	7	5	8	22	6	4	6	6	
20	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	1	28	8	5	7	8	32	7	6	10	5	
21	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	1	4	2	4	1	1	1	1	3	2	3	3	1	2	26	8	6	7	6	24	7	3	8	6	
22	3	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	2	1	3	2	2	4	2	1	1	3	4	2	2	22	7	5	4	6	31	6	8	5	8	
23	4	2	3	3	4	2	2	2	1	4	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	4	2	4	35	9	9	5	7	39	9	8	10	10	

Vista de datos Vista de variables



Anexo N° 03

**INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN
CUESTIONARIOS SOBRE CALIDAD DE SERVICIO EN LA
MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA
GRANDE PUTINA PUNCO SANDIA 2024**

Nombres y apellidos:

Edad:

Leer bien cada interrogante con mucha atención y marca con una X en un casillero que sea de tu preferencia.

Nunca	A veces	Siempre	Casi Siempre
1	2	3	4

CALIDAD DE SERVICIO

N°	INDICADORES DE ESTUDIO	1	2	3	4
EMPATIA					
1	¿Cree usted que existe competencia en los precios de los bienes y servicios que presta la entidad?				
2	¿se actúa con sinceridad al momento de atender a los clientes sobre sus necesidades?				
3	¿existe la credibilidad en los trabajadores al momento de ofrecer los bienes y servicios a los clientes?				
FIABILIDAD					
4	¿Cree usted que se realizan las rendiciones de cuentas del gasto público?				
5	¿se consideran las informaciones de forma transparente frente a la población o cliente que se ha beneficiado con servicio de la entidad?				
6	¿Existe el comportamiento ético de los trabajadores y como también de los empleados?				
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
7	¿Cree usted que se practican el respeto a los clientes o persona que solicitan un servicio de la entidad?				
8	¿Considera usted que la orientación del usuario es eficiente de los procedimientos y de normativa vigente?				
9	¿Considera usted hay suficiente información sobre los tramites documentarios para realizar las solicitudes sobre bienes y servicios?				
ELEMENTOS TANGIBLES					
10	¿Considera usted que existe suficientemente los recursos económicos para atender las necesidades del cliente?				
11	¿Considera usted que el recurso humano contrata el personal capacitado para atender las necesidades del cliente?				
12	¿Cree usted que existe suficientemente recursos de materiales de oficina para atender a las solicitudes del cliente?				



Anexo N° 04

CUESTIONARIO ACERCA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE PUTINA PUNCO SANDIA 2024

Nombres y apellidos:

Edad:

Leer bien cada interrogante con mucha atención y marca con una X en un casillero que sea de tu preferencia.

Mala	Regular	Buena	Muy Buena
1	2	3	4

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N°	INDICADORES DE ESTUDIO	1	2	3	4
PERCEPCIÓN					
1	¿Cómo calificaría usted sobre la calidad de la atención recibida por la entidad?				
2	¿Considera usted que las estrategias de marketing funcionan mejor en la entidad?				
3	¿Cree Usted los valores del cliente es primordial para la entidad y se adaptan al comportamiento del cliente?				
EXPERIENCIA					
4	¿Considera usted que se facilitan la toma de decisiones del cliente?				
5	¿Se adaptan las estrategias de marketing a los canales digitales?				
6	¿Cree usted que los procesos de adquirir los productos y los servicios tienen la facilidad de pagar?				
EXPECTATIVAS					
7	¿Cree usted que los productos comprados cumplen con las expectativas del cliente y de las personas?				
8	¿Considera usted que la confiabilidad se puede mejorar fácilmente después de poner en funcionamiento un plan de mantenimiento?				
9	¿Considera usted que los precios del producto van de acuerdo con sus características?				
NIVEL DE SATISFACCIÓN					
10	¿Cree usted que nuestra marca tiene una personalidad fuerte?				
11	¿Cree usted que el producto cubre las necesidades de tu cliente y de las personas?				
12	¿Considera usted que los servicios prestados por la entidad tienen una duración excelente y presta garantías más de lo percibido?				



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICA

TÍTULO PROFESIONAL: Lic. En Administración y Gestión Pública

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE PUTINA PUNCO SANDIA 2024

I. REFERENCIA

EXPERTO: ...Dr.. Roberto..Paye..Colquehuanca.....
PROFESIÓN: ...Administrador.....
CENTRO DE LABOR:Universidad..Andina..Nestor..Caceres..Velásquez.....
GRADO ACADÉMICO: ...Doctor.....

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

N°	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
1	Claridad	Es formulado con un lenguaje apropiado.			x	
2	Objetividad	Esta expresado en conductas observables.			x	
3	Actualidad	Es adecuado el avance de la ciencia			x	
4	Organización	Existe una organización			x	
5	Suficiencia	Se comprende los aspectos cantidad y calidad			x	
6	Intencionalidad	Es adecuado valorar la gestión.			x	
7	Consistencia	Es basado en los aspectos teóricos científicos			x	
8	Coherencia	Los índices e indicadores			x	
9	Metodología	las estrategias responden al propósito del diagnostico			x	
10	Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación			x	

III. OBSERVACIÓN

.....

IV. EXPRESION DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Regular c) Bueno d) Muy bueno

Juliaca 10 de mayo del 2024

Dr. Paye
02145441
996-993377



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

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

Formato digital

Fecha de entrega: 20/09/2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: CHANEL UCHAMACO QUISPE

Dirección: Av. Los Virreyes Mz. G1 Lt. 17 -Urb. Ciudad de Dios.

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 45033170

Teléfono: 932602338 email: nel.yoel10@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 GESTIÓN PÚBLICA

Título o Grado Académico a optar: TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICA

Asesor: Mgtr. PERCY GONZALO PUMA PUMA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MUNICIPALIDAD DE CENTRO POBLADO DE SAN MIGUEL DE PAMPA GRANDE, SAN PEDRO DE PUTINA PUNCO, SANDIA, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente

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

1

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.

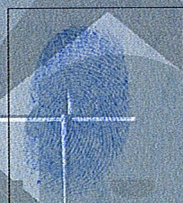
En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Administración Pública (5909-UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

20/09/2024

Fecha