

# CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL BAÑOS DEL INCA, 2022.

*por* Aginaldo Cabanillas Caceres

---

**Fecha de entrega:** 06-dic-2022 10:28a.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1973246768

**Nombre del archivo:** ANILLAS\_CACERES\_-\_HUERTAS\_PEREDA\_-INFORME\_DE\_TESIS\_APROBADO.docx  
(165.59K)

**Total de palabras:** 9998

**Total de caracteres:** 53957

**4**  
**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL BAÑOS DEL INCA, 2022.**

**AUTORES**

Br. Aginaldo Oriol Cabanillas Cáceres.

Br. Eric Jesús Huertas Pereda.

## CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Planteamiento del problema

Actualmente, los consumidores han incrementado significativamente, y a su vez la calidad enfocada al servicio viene siendo un factor esencial para las diversas empresas y organizaciones. Este último, es un componente esencial para poder agregar valor ya sea a una institución u organización. Considere este aspecto sin tomar en cuenta al rubro, puesto que se centran únicamente en lo que desean los probables consumidores y usuarios. La palabra calidad enfocada en el servicio, internacionalmente se ha difundido por la mayor parte instituciones públicas, la calidad relacionada al servicio, se aprecia como un componente elemental y de gran uso para responder las expectativas de los consumidores. A su vez, este se encuentra asociado al bienestar y complacencia por parte del consumidor, este aspecto es primordial para que el usuario aprecie que la institución pública se interesa por sus inconvenientes (Álvarez, 2019).

En Estados Unidos se estima que las personas dedican 9 mil millones de horas al papeleo y/o gestiones. Como resultado, el presidente Joe Biden emitió una directiva presidencial sin precedentes destinada a hacer que la experiencia de la ciudadanía sea más fácil y eficiente. En otras palabras, uno de los enfoques de este gobierno es mejorar todos los servicios públicos brindados a la población y recuperar mediante ello, la confianza en el gobierno, creando una experiencia más ágil, accesible, inclusiva y transparente (Red Forbes, 2022).

A partir del siglo XX, América Latina ha experimentado una serie de cambios relacionados con la mejora de la administración y gestión, principalmente hacia la efectividad de las políticas públicas, la democratización, la especialización de las funciones públicas y la introducción de nuevas tecnologías y resultados. Sin embargo, el mecanismo de gestión y descentralización es que no todos los países están modernizando su administración debido a la diversidad cultural del país. (Bedia, 2022).

Los reguladores de la inversión privada en telecomunicaciones han publicado una clasificación de rendimiento de atención de facturación, una clasificación semestral que clasifica los principales operadores en el mercado de servicios inalámbricos para gestionar las facturas enviadas por los usuarios. El ratio de medición global aplicado en el segundo semestre de 2020 es la suma ponderada de los seis indicadores. Esta metodología ha

permitido realizar una evaluación completa de la trazabilidad con el fin de atender los reclamos sobre los servicios públicos móviles referidos por los usuarios. Es decir, desde el momento en que el usuario contacta con la empresa operadora hasta la aprobación del recurso por parte del tribunal administrativo. Si se recogen, en la reclamación del usuario (Agencia Peruana de Noticias, 2021).

La Ley 31199 da prioridad a los ciudadanos nacionales en el disfrute y uso de los espacios públicos y se encarga de denunciar las irregularidades en el uso de estos espacios como calles, plazas y playas ante las autoridades competentes. El director de Inmobilex, Miguel Cavero, dijo que la Ley de Ordenación y Protección del Espacio Público preserva, conserva y valora estos espacios sin que los ocupantes afecten o limiten el uso, confirmando de esta manera una obligación. Como se indica en las normas aprobadas, se trata de un acto contrario al derecho del ciudadano al uso o acceso al espacio público, e incluso a la permanencia en el espacio público donde así se mencione, por lo que incluso las interrupciones pueden ser denunciadas ante las autoridades, esto contribuirá para que el público se sienta contento. (Diario El Peruano, 2021).

Es posible que dentro del ámbito <sup>12</sup> de la Municipalidad del distrito de Baños del Inca, situado en la provincia de Cajamarca, se presenten reclamos, falta de atención, escasa creencia en la gestión municipal, demasiados períodos de espera, desilusión por lentitud en la ejecución de las actividades sin considerar los aspectos de eficacia, demora en proporcionar documentación o expedición de los mismos en el municipio. Los usuarios de este distrito reclaman a la presente gestión concejal que los productos y servicios que suministren a la comunidad deben ser de calidad, practicando las estipulaciones mínimas y obligatorias que se tienen que manifestar en la atención que proporcionan. A razón de ello, es necesario organizar sesiones de sensibilización por la atención al consumidor para lograr optimizar la calidad de servicio brindada y a su vez, promocionar el bienestar de las personas. Además, en el municipio se perciben limitaciones e inconvenientes respecto al servicio que otorgan los encargados de áreas públicas, pues ninguno ejecuta según los lineamientos de calidad que demandan las personas. Del mismo modo, se aprecia que el personal administrativo, no suelen ser instruidos según profesión mostrando la carencia de calidad en la atención a las personas.

## <sup>8</sup> 1.2 Formulación del problema

### 1.2.1 Problema general

¿De qué manera se relaciona la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022?

### <sup>14</sup> 1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022?
- ¿Cuál es la relación entre los elementos concretos y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022?
- ¿Cuál es la relación entre la empatía y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022?
- ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022?
- ¿Cuál es la relación entre la seguridad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022?

## <sup>8</sup> 1.3 Formulación de objetivos

### 1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.

### <sup>5</sup> 1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.
- Establecer la relación entre los elementos concretos y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.
- Determinar la relación entre la empatía y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.
- Establecer la relación entre la fiabilidad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.

- Determinar la relación entre la seguridad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.

## **1.4 Justificación de la investigación**

### **1.4.1 Justificación práctica**

Al ejecutar una exploración al entorno alarmante que posee la Municipalidad del distrito de Baños del Inca, se busca reconocer las definiciones de calidad y satisfacción de la persona y ver cómo se vinculan las variables mencionadas. Además, manifiesta la importancia del vínculo para lograr una perspectiva más amplia acerca del valor de aquellas definiciones para la constante mejora de los establecimientos públicos.

### **1.4.2 Justificación teórica**

Favorece al crecimiento teórico del conocimiento en el ámbito de las variables examinadas a través de estudios actualizados, aquellas que enriquecerán y fortalecerán la riqueza teórica de la exploración.

### **1.4.3 Justificación social**

En cuanto al impacto que tienen las investigaciones en los municipios que prestan servicios como: Por ejemplo, las dependencias gubernamentales siempre son relevantes, porque se analizan y se les pregunta por qué no se han desarrollado para solucionar el problema. En el actual estudio se ha investigado tanto la calidad de servicio como también la satisfacción de las personas que intenta optimizar la problemática real de la Municipalidad del distrito, Baños del Inca.

### **1.4.4 Justificación metodológica**

Las herramientas de adquisición de datos utilizadas en la investigación se justifican metodológicamente porque pasan por procedimientos de efectividad y confiabilidad para servir de apoyo a próximos estudios en el campo correspondiente. De manera similar, sigue exactamente el formato del estudio de enfoque cuantitativo y también sirve como guía para futuros estudios que utilicen el mismo enfoque.

## <sup>2</sup> CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 A nivel internacional

Verdesoto e Hidalgo (2019) en su estudio pretende plantear una estrategia pretendiendo mejorar la calidad del servicio hacia los consumidores y la satisfacción que estos tienen en el sistema de finanzas de la compañía Uninova. La investigación fue aplicada desde la perspectiva cuantitativa, de modelo descriptivo, mediante un diseño transversal y no experimental. Para ello, se consideró la muestra de 270 consumidores del sector financiero y en cuanto a los instrumentos empleados son dos cuestionarios con estructura ordinal en cada ítem. Prontamente posterior a la tabulación de información recopilada, se obtuvo como mayor debilidad, las aspiraciones y percepciones de los consumidores: el encargo con un 75.61 % y un 71.54 % sucesivamente, conllevando a la conclusión que si a un consumidor se le otorga un servicio de calidad, esto desembocará un bienestar y satisfacción en sus aspiraciones y necesidades.

Drogett (2018) en su estudio, tiene por objeto el estudio de analizar los factores clave que afectan las calificaciones de los clientes. Este posee una orientación cuantitativa de modelo descriptivo con diseño transversal y no experimental, usando una muestra integrada por 1286 clientes de la industria automotriz y como instrumentos para el recojo de datos a un cuestionario con estructura nominal en cada ítem. Posterior de la tabulación de información recopilada, se determinaron que los factores más relevantes son: La rapidez con que se da la bienvenida, el bienestar de la sala de espera, la experiencia en la compra sin presiones por el vendedor, la presentación y expresión del vendedor, el cumplimiento de compromisos del vendedor, conllevando a que se concluya que lo más importante para los consumidores en el instante de la evaluación en cuanto a su experiencia obtenida durante el proceso de venta, es la valoración del desempeño del vendedor.

Reyes y Veliz (2021) en su artículo tiene por objeto establecer la asociación de calidad del servicio y satisfacción en la Institución Estatal de Agua Potable del cantón Jipijapa. Para ello, desarrolló una exploración cuantitativa tipo relacional, mediante un modelo transversal y no experimental, usando una muestra integrada de 236 usuarios de

la empresa estatal de agua potable y para recolectar los datos, dos cuestionarios con estructura ordinal en cada ítem. Posterior a la tabulación de la información recolectada pasó a aplicarse la técnica Rho de Spearman, alcanzando una correlación ( $r=0.829$ ), y como indicador de significancia se tuvo ( $p=0.000$ ) estando por debajo del límite del error de 0.05. Por ende, se pudo determinar que hay un vínculo sumamente relevante en la calidad del servicio que se da al consumidor y la satisfacción que este tiene.

### 2.1.2 A nivel nacional

Cano (2021) en su exploración, pretendió crear la asociación existente en cuanto a Calidad de servicio y satisfacción del cliente en un centro de salud de Lima. Ejecutó un análisis de perspectiva cuantitativa-relacional con modelo transversal y no experimental. En cuanto a la muestra fueron 52 clientes del centro de salud y como herramientas para el recojo de datos a dos cuestionarios con estructura ordinal en cada ítem. Después de la tabulación de información recopilada, se empleó la técnica Rho de Spearman, logrando el correlacional de ( $r = 0.740$ ) y como índice de significancia se obtuvo ( $p = 0.000$ ), estando por debajo del margen de error permitido de 0.05, esto ayudó a concluir una evidencia de un vínculo significativo en las variables, calidad del servicio brindada al cliente y la satisfacción del mismo.

Montalvo y Estrada (2020) en su exploración, tiene por objeto de estudio establecer la analogía entre la Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Hospital Santa Rosa ubicado en Puerto Maldonado. Para lo cual ejecutó un estudio cuantitativo de carácter correlacional, transversal y no experimental. La muestra lo componen 152 usuarios del hospital y a manera de herramientas para la recabación de información a dos cuestionarios con estructura ordinal en cada ítem. Una vez que se tabularon los datos obtenidos, se se ejecutó la técnica Rho de Spearman, logrando el coeficiente correlacional ( $r=0.590$ ) y como índice de significancia se obtuvo ( $p = 0.000$ ) estando por debajo del límite de error permitido de 0.05, esto llevó a concluir en la presencia de un vínculo importante en la calidad del servicio hacia el cliente y la satisfacción.

García (2017), pretende realizar la exploración de calidad y satisfacción. La encuesta se realizó a 317 clientes de tipo de relación descriptivo-relacional y no experimental como herramienta de recolección de datos mediante dos cuestionarios con estructura ordinal. Después de tabular la información recolectada, se aplica la técnica

Rho de Spearman, obteniendo una correlacional ( $r = 0.85$ ) y de significancia ( $p = 0.000$ ) teniendo un índice de error menor a 0.05. De esta manera, se confirma positivamente que existe una asociación relevante entre los servicios.

García (2017) hizo una exploración, para determinar la correlación existente entre Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Centro de Salud Miguel Grau ubicado en el Distrito de Chaclacayo, 2013. Al respecto, desarrolló un estudio bajo una orientación cuantitativa, descriptiva-relacional, de carácter transversal y no experimental. Para la muestra fueron considerados 317 clientes externos de la institución de salud y como herramientas para recopilar información a dos cuestionarios con estructura ordinal en cada ítem. Posterior a la tabulación de datos recabados, se empleó la técnica Rho de Spearman, llegando a alcanzar la correlación ( $r = 0.85$ ) así mismo, el valor de significancia que se obtuvo ( $p = 0.000$ ) estando por debajo del límite de error permitido de 0.05. Por todo ello, se demuestra un vínculo positivo entre la calidad de servicio hacia el cliente y la satisfacción de este.

### **2.1.3 A nivel local**

Linares y Saavedra (2020) en su investigación, delimitaron la analogía de calidad de servicio brindada y satisfacción de los beneficiarios de la Sub Región de Salud ubicada en Jaén. Motivo por el que se desarrolló un estudio desde una orientación cuantitativa, de carácter descriptivo-correlacional, transversal y no experimental. Para la muestra seleccionaron a 200 usuarios y como instrumentos para el recojo de datos a dos cuestionarios con estructura ordinal en cada ítem. Después de graficar los datos recabados, se hizo uso de la técnica Rho de Spearman, obteniendo un correlacional ( $r = 0.481$ ) y ( $p = 0.000$ ) como indicador de significancia, el cual es menor al índice de error logrado de 0.05. Ante ello, se determinó la presencia de una asociación muy significativa entre las variables calidad del servicio brindada y la satisfacción que siente el cliente.

Valderrama (2021) con su investigación, teniendo por objeto de estudio analizar la asociación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente en el centro de atención al ciudadano de la Municipalidad Provincial situada en la ciudad de Cajamarca. Para lo cual se desarrolló un estudio cuantitativo correlacional, de carácter transversal no experimental, Respecto a la muestra fueron 150 usuarios de la municipalidad provincial

y como instrumentos se empleó dos cuestionarios con estructura ordinal en cada ítem. Después de tabular la data recabada, se ejecutó la técnica Rho de Spearman, llegando a alcanzar un indicador correlacional ( $r = 0.8679$ ) además, el indicador de significancia que se obtuvo ( $p = 0.000$ ) siendo esto inferior al límite de error de 0.05. Ante todo ello, se estableció que positivamente se da un fuerte vínculo entre la calidad del servicio que se le da al cliente y la satisfacción que este llega a tener.

Guevara (2021) con su investigación, teniendo por propósito de exploración establecer la asociación de calidad de servicio y satisfacción del consumidor del Gobierno Regional de Cajamarca. Ante ello, se desarrolló un estudio bajo una orientación cuantitativa-relacional, de carácter transversal no experimental. A su vez, la muestra fue de 306 usuarios del gobierno regional y como instrumentos para el recojo de datos a dos cuestionarios con estructura ordinal en cada ítem. Una vez realizada la tabulación de la data recabada, se pasó a ejecutar la técnica de Rho de Spearman, llegando a alcanzar una correlacional ( $r = 0.649$ ) y como indicador de significancia se obtuvo ( $p = 0.000$ ) el cual fue mínimo al error permitido de 0.05. Por ende, se concluye en que existe un claro vínculo verdaderamente fuerte entre calidad de servicio otorgada al usuario y la satisfacción que este tiene frente a ello.

15

## **2.2 Bases teórico científicas**

### **2.2.1 Calidad de servicio**

Está conformado por una gama de necesidades ubicadas dentro del mercado, la cual surge mediante la comunicación con el usuario quien está orientado al servicio de la satisfacción. Se encuentra como un fin fundamental para la buena marcha de cualquier tipo de organización (Larrea, 2014).

Según Vargas (2014), calidad del servicio refiere a la gama de bonificaciones que tienen los clientes, además de los productos y servicios básicos, dado el precio, la presentación y la reputación.

#### **2.2.1.2. Gestión de la calidad**

La organización debe mantener e implementar un mecanismo de gestión de la calidad que abarque los mecanismos suficientes basados en las

interacciones y los requerimientos especificados por las normas internacionales. En base a esto, se ha establecido que el control de calidad viene a ser una serie de componentes interconectados los cuales posibilitan el desarrollo de una empresa que produce los productos o servicios que demandan sus clientes o usuarios, ya sean públicos o privados (Aliena, 2009)

El funcionamiento de un mecanismo de gestión de la calidad viene a ser el efecto de la interacción de sus elementos, sumado a los puntos de adaptación a los estímulos internos y externos dadas en el período de tiempo que caracterizan el compromiso de una organización. Proveedores, pues se debe acordar con estos respecto a las asociaciones estratégicas y a la calidad establecida. Personal, respecto a la seguridad laboral, desenvolvimiento personal así como profesional, al igual que el bienestar del personal.(Cortes, 2017).

Todos aquellos quienes forman parte o se encuentran interesados en el desarrollo que se deba llevar a cabo de acuerdo con la norma ISO 9001:2015 quienes se acomodan al estudio, son en primer lugar, los usuarios, de los cuales se debe cuidar la calidad del producto y servicios con la finalidad de fidelizar sus preferencias y su satisfacción. Proveedores, pues se debe acordar con ellos respecto a las asociaciones estratégicas y a la calidad establecida. Personal, respecto a la seguridad laboral, desenvolvimiento tanto personal como profesional, al igual que la satisfacción del personal. Competencia, ya que se debe llevar a cabo un estudio para evadir las malas prácticas y mantenerse pendientes de cualquier tipo de cambio nuevo que necesiten desarrollar. Accionistas, ya que estos necesitan considerar la productividad, costos, rentabilidad y el crecimiento de organización y la comunidad; con respecto al cuidado del medio ambiente y el impacto de la actividad ante estos y perspectiva que manifiesta como empresa (Ord, 2016).

### **2.2.1.3. Principios básicos de la calidad**

Estos principios, se enfocan en elaborar determinados objetivos para mejorar los productos y servicios, destinar recursos para satisfacer necesidades a largo plazo, filosofía de estabilidad financiera, retrasos, materiales defectuosos o evitar errores. Evite depender de las pruebas masivas revisando

constantemente las técnicas estadísticas de control de calidad. Reducir la cantidad de distribuidores responsables de calidad de servicios y bienes sin registros de seguridad (González, 2016).

#### **2.2.1.4. Dimensiones de la calidad de servicio**

Se pudieron establecer cinco componentes de calidad donde únicamente una demuestra visibilidad: Se tomará en cuenta que el modelo SERVQUAL es de las técnicas más utilizadas para establecer la calidad, esencialmente en tres servicios públicos: educación, transporte y salud, con la finalidad de medir la calidad de servicios públicos.

Como factores concretos, se encuentra el equipamiento, mobiliario, equipos humanos que deben cubrir las exigencias de la mejor manera posible, y el equipo humano que necesita vestirse y presentarse según el potencial de cada institución. Así mismo, explican componentes concretos: El aspecto de las estructuras tanto físicas, de equipos, de personal y materiales de comunicación (Pérez, 2010).

Confiabilidad o fiabilidad, personal fiable y correcta; sinceridad y honestidad en la ejecución de sus actividades: Dado que la confiabilidad es el sentido de brindar servicios con la confianza plena de que brinde el uso esperado de él, en otras palabras, será confiable, necesitamos saber que siempre reacciona de la misma manera. (Pérez, 2010).

Capacidad de respuesta, es mantener satisfechos a los usuarios y consumidores brindando un servicio eficiente y así mantener lealtad de los consumidores actuales. El fallar con los plazos o no contestar a los cuestionamientos pueden agigantar de gran forma el malestar de los colaboradores; lo que hará que estos, comiencen a averiguar a las expensas de otros. Cuando una organización tiene como fin impulsar la rapidez de respuesta en sus consumidores el resultado será que dichos clientes incrementarán y por ende dejarán de oportunidad el acción o la curiosidad de averiguar a los competidores (Albahari, 2010).

La seguridad, es la evidencia de que el servicio debe estar libre de cualquier peligro, daño o riesgo. Lo cierto es que es permanente, eficaz e incuestionable. Por este motivo, la tranquilidad puede ser tomada en cuenta como real. Locher (2017), especifica que la seguridad es el concepto de la delicadeza requerida y la amabilidad del empleado. No solo en la industria, sino para darle tranquilidad al consumidor. La tranquilidad se conoce como toda precaución y acción consideradas en caso de cualquier eventualidad no prevista, sobre todo el modo y la manera en la que se actuará con el fin de alimentar el acorde en el medio donde se ejecute el servicio.

Empatía, con el fin de ser interpretado debe considerarse lo siguiente: La especie de interrelación, el florecimiento moral, buena novedad y la generosidad. Sin obviar el hecho de que aquel valor igualmente desarrolla acciones motivacionales y de investigación de lo apreciado que es el bienestar de todos. Además es importante sostener que, la empatía viene a ser un precio del individuo que aporta la facultad de colocarse en el lugar de los demás, de esa manera se podrá concebir las situaciones que lo incomodan y así brindarle su apoyo (Guajardo, 2008).

## **2.2.2 Satisfacción del usuario**

Denove (2016) convierte a la empresa en un activo y aumenta los ingresos de la empresa porque es más probable que los usuarios satisfechos reutilicen los servicios, vuelvan a comprar productos y den buenas opiniones sobre la empresa. Dirigir la empresa. Los usuarios insatisfechos se quejan ante más personas, más o menos insatisfechos con la empresa, y cuando la insatisfacción llega a cierto nivel, sin cambiar de empresa para mejorar el producto o comprar el servicio, o incluso dejar la empresa como último recurso.

### **2.2.2.1. Teorías de la satisfacción del cliente**

*Teoría de la justicia:* Establece que la satisfacción surge cuando una parte en particular siente que el nivel de resultado de un proceso está razonablemente equilibrado con su contribución al proceso, como el costo, el tiempo y el dinero. Se basa en los hechos. (Aliena, 2009).

*Teoría de la atribución causal:* Centrada en la perspectiva del consumidor sobre el producto de una compra o servicio en cuanto al éxito o fracaso. Las fuentes satisfactorias provienen de componentes internos, como la opinión de los consumidores respecto a las compras, y de factores externos, como la dificultad para comprar (Aliena, 2009).

*Teoría de los Resultados:* La actitud de bienestar del consumidor establece que está vinculada de forma directa con el rendimiento de los atributos perceptivos del bien o servicio por parte del consumidor. El rendimiento se define como el grado de calidad de un bien o servicio vinculado con el valor pagado por el usuario (Kotler, 2009).

*Teoría de la expectativa:* Se refiere a las opiniones que posee el cliente respecto al producto antes de comprarlo o adquirirlo. De esta manera, posterior a ello, el cliente tiende a evaluar "mejor" o "peor" con el fin de contrastar sus expectativas para ese atributo con la eficacia real del producto o servicio. Una discrepancia positiva es cuando el bien o servicio supera las expectativas y una discrepancia negativa es cuando el bien o servicio no es lo que se esperó de él (Kotler, 2009).

#### **2.2.2.2. Enfoque al usuario**

Según Ismail (2016), esto a menudo se ve compensado por una diversidad tanto de productos como servicios que los clientes pueden elegir. Los clientes compran a la empresa con el valor más alto que conocen por las reseñas de los clientes sobre todos los beneficios y las diferencias de costos de las ofertas que compiten con las ofertas de marketing. La última definición de calidad se centra en satisfacer o no las expectativas que tienen los consumidores y es el juicio final de calidad. Diversos componentes centrados en la experiencia general de compra, propiedad y servicio de un consumidor impactan en el valor percibido y la satisfacción. Las organizaciones necesitan centrarse en los componentes de todos los bienes y servicios que contribuyen al valor percibido por el consumidor y provocan bienestar en este. Para lograr esto, la empresa debe emplear estrategias y técnicas que sobrepasen dichas especificaciones, la reducción de errores y defectos o la eliminación de las quejas de los clientes.

### 2.2.2.3. <sup>1</sup>Importancia de la satisfacción del usuario

Al hablar de la importancia, Pizzo (2014), indica que el resultado de diferentes estudios llevados a cabo por la American Marketing Association, permitió concluir que:

- Un consumidor satisfecho hace comentarios acerca de la gran experiencia que tuvo, a un promedio de tres personas, mientras que uno descontento, lo socializa con nuevas personas.
- Cien consumidores satisfechos generan 25 nuevos compradores.
- El precio de obtener un nuevo comprador es el equivalente de mantener cinco veces satisfecho al que ya está ganado.
- Por cada reclamo que se recibe, hay otros 20 compradores quienes consideran lo mismo sin embargo no tienen la molestia de proceder con el reclamo.

Respecto a los servicios, un individuo satisfecho brinda su entusiasmo a otros tres, en promedio. Un individuo insatisfecho hace expresar el descontento que siente a once personas, en promedio. Por lo tanto un 1% de compradores descontentos provoca un 12% de compradores perdidos. También, el Departamento de Comercio en Estados Unidos instauró la más alta puntuación a los resultados del consentimiento del Premio Nacional a la Calidad Malcom Baldrige la “Satisfacción del Cliente” con un indicador promedio de 30 puntos (Tapia, 2016).

Los clientes satisfechos no solo tienen una alta lealtad a la marca, sino también una lealtad duradera a la marca. Cuando surge una alternativa un poco más barata, no quieren cambiar a un nuevo producto o abandonar a su proveedor tradicional. Esto brinda a las organizaciones que continúan con este nivel de lealtad un "respiro", una oportunidad y un "período de gracia" y, cuando se usa de manera efectiva, las protege de los competidores que ingresan al mercado (Rogel, 2018).

### 2.2.2.4. Dimensiones de la satisfacción del usuario

Se detalla los componentes correspondientes a la variable: Expectativas, mediciones, análisis, mejoras.

Analizamos el proceso de recopilación de información y actuamos en resultados. El propósito es optimizar de manera constante la facultad de la empresa para entregar bienes que satisfagan las necesidades de los clientes. Sin embargo no es considerado (es demasiado amplio). La finalidad de este estándar es que las organizaciones busquen continuamente la satisfacción del consumidor a través del logro de sus términos (Heras, 2015). El trato recibido y las medidas adoptadas van siempre encaminadas a conocer las necesidades del cliente profesionalmente, independiente del tipo o importe de la dotación del cliente. Desde el primer contacto, recibirá la capacidad técnica, la confidencialidad y toda la transparencia para ganarse toda la confianza. (Aurele, 2015).

La lealtad implica construir conexiones sólidas y mantener relaciones a largo plazo con los clientes. Esto ha llevado a un cambio del marketing a corto plazo al marketing estratégico. Un cliente leal significa que un consumidor nos compra la totalidad o la mayor parte de un tipo de producto en particular. Sin embargo, este comportamiento de compra no se alcanza en cortos períodos de tiempo. La lealtad se basa en la experiencia general de una persona que vive con la organización y sus bienes y servicios. (Dos Santos, 2015).

Los clientes son muy importantes para el cumplimiento del usuario. En este sentido, se tiene en cuenta las opiniones de los consumidores mediante las encuestas de satisfacción, información de consumidores acerca de la calidad de los bienes ofrecidos, encuestas de usuarios, negocios perdidos, elogios y garantías utilizadas. Puede incluir recopilación de información (Cruz, 2016).

## **2.3 Definición de términos básicos**

### **2.3.1 Calidad de servicio**

Según Vargas (2014), es un conjunto de beneficios que las personas esperan además del producto, considerando precio, imagen y reputación (p.154).

### **2.3.2 Capacidad de respuesta**

Los consumidores son muy exigentes en este punto. Ahora bien, la satisfacción del cliente es la solución para garantizar la continuidad y lealtad de nuestros actuales consumidores (Albahari, 2010, p. 67).

### **2.3.3 Elementos concretos**

Representa el equipo, mobiliario y equipo humano que debe cubrir las necesidades y estar en óptimas condiciones, al igual que el grupo humano que necesita vestirse y presentarse según a las capacidades de cada empresa (Matsumoto, 2014, p.90 ).

### **2.3.4 Empatía**

Para que se lleve a cabo, vale la pena considerar: calidad de las interrelaciones, desenvolvimiento moral, adecuada comunicación y altruismo (Guajardo, 2008, p.145).

### **2.3.5 Enfoque al usuario**

Según Ismail (2016), esto se enfrenta a una abrumadora diversidad de bienes y servicios entre los que los clientes pueden elegir (p. 183).

### **2.3.6 Fiabilidad**

Está directamente relacionado con la certeza que proporciona al hacerlo disponible. Es decir, debes saber que debe ser confiable y siempre reacciona igual (Pérez, 2010, p. 89).

### **2.3.7 Seguridad**

Es cierto que el servicio está libre de peligro, daño o riesgo. Lo que es claro es fijo, claro e inconfundible. Por tanto, la seguridad puede considerarse certeza (Locher, 2017, p. 109)

### **2.3.8 Teoría de la atribución causal**

Enfocada específicamente a clientes que ven los resultados de una adquisición o

servicio en cuanto a su éxito o fracaso (Aliena, 2009, p.125).

### **2.3.9 Teoría del desempeño**

Se enfoca en que la satisfacción está asociada con las características perceptivas de un bien desde la perspectiva del cliente (Kotler, 2009, p.98).

### **2.3.10 Teoría de la equidad**

Esta teoría se basa en el hecho de que la satisfacción surge cuando una parte en particular afirma que el nivel de resultado logrado está de alguna manera equilibrado con su contribución con el proceso (Aliena, 2009, p.124).

### **2.3.11 Teoría de las expectativas:**

Muestra que un cliente se forma expectativas sobre los atributos de un bien o servicio antes de fabricarlo o adquirirlo (Kotler, 2009, p.99).

## **2.4 Identificación de dimensiones**

A continuación se detalla las dimensiones de cada variable.

### **2.4.1 Calidad de servicios**

- a. Capacidad de respuesta.
  - Servicio eficiente y adecuado.
  - Quejas del cliente resueltas.
- b. Elementos concretos.
  - Suministro de materiales.
  - Trabajadores instruidos en el puesto.
- c. Empatía.
  - Cortesía.
  - Compresión de necesidades.
- d. Fiabilidad.
  - Solución de problemas
  - Ejecución de servicio prometido.
- e. Seguridad.
  - Confianza.

- Disposición para la atención.

#### **2.4.2 Satisfacción al usuario**

- a. Expectativas.
  - Servicio adecuado.
  - Credibilidad.
- b. Trato recibido.
  - Amabilidad.
  - Información adecuada.
- c. Fidelización.
  - Percepción del servicio.
  - Comprensión.
- d. Conformidad del usuario.
  - Satisfacción.
  - Aprobación.

### **2.5 Formulación de hipótesis**

#### **2.5.1 Hipótesis general**

Existe relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.

#### **2.5.2 Hipótesis específicas**

- Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.
- Existe relación significativa entre los elementos concretos y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.
- Existe relación significativa entre la empatía y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.
- Existe relación significativa entre la fiabilidad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.
- Existe relación significativa entre la seguridad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital Baños del Inca, 2022.

## **2.6 Operacionalización de variables**

Visto la revisión de la literatura como las bases teóricas y los propios antecedentes la presente investigación, se detalla las definiciones conceptuales y operacionales:

### **2.6.1 Definición conceptual de las variables**

#### **4.6.1.1. Calidad de servicio**

Según Vargas (2014), es un conjunto de beneficios que las personas esperan además del producto, considerando precio, imagen y reputación.

#### **4.6.1.2. Satisfacción del usuario**

Denove (2016) garantiza que los usuarios satisfechos son el activo de la empresa. Esto se debe a que cualquiera que sea la caída, tiene la facilidad de retomar el uso de un producto o servicio, y a su vez brinda una adecuada valoración sobre la empresa, conduciendo a un aumento en las ventas.

## 2.6.2 Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos	Escala de medición
6 Calidad de servicio	Según Vargas (2014), calidad de servicio es un conjunto de beneficios que las personas esperan además del producto, considerando precio, imagen y reputación.	Para evaluar esta variable se ha empleado un cuestionario compuesto por 5 dimensiones y 15 ítems.	Capacidad de respuesta. Elementos concretos. Empatía. Fiabilidad. Seguridad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio eficiente y adecuado.</li> <li>- Preguntas y quejas resueltas.</li> <li>- Suministro de materiales.</li> <li>- Personal idóneo en el puesto</li> <li>- Cortesía.</li> <li>- Compresión de necesidades.</li> <li>- Solución de problemas</li> <li>- Ejecución de servicio prometido.</li> <li>- Confianza.</li> <li>- Disposición para la atención.</li> </ul>	13 14,15 10, 12 11 7,8 9 1,2 3 4, 5 6	Cuestionario de Calidad de servicio	Ordinal.
Satisfacción del usuario	Denove (2016) nos menciona que un usuario satisfecho es un gran valor debido a que volverá a recomendar el servicio y dará una buena opinión.	Para la medición de la variable se utilizó un cuestionario compuesto por 4 dimensiones y 12 ítems.	Expectativas. Trato recibido. Fidelización. Conformidad del usuario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio adecuado.</li> <li>- Credibilidad.</li> <li>- Amabilidad.</li> <li>- Información adecuada.</li> <li>- Percepción del servicio.</li> <li>- Comprensión.</li> <li>- Satisfacción.</li> <li>- Aprobación</li> </ul>	1 2,3 4,5 6 7 8,9 10 11,12	Cuestionario de Satisfacción del usuario	Ordinal.



### 3.1. Tipo de investigación

La siguiente exploración, por su nivel de abstracción fue básica, y en cuanto al enfoque, es cuantitativa, de nivel relacional, según la gestión de variables: no experimental, de acuerdo a la cantidad de veces que fue ejecutada la recopilación de información es de carácter transversal.

Como refiere Ñaupas et al. (2014), se considera investigación al estudio básico que presenta fenómenos que ocurren en una realidad particular, utilizando la teoría establecida y las herramientas de investigación científica, sin la intención de cambiarla durante la investigación.

En el caso de Gómez (2012), si las variables de la encuesta tienden a desviarse de la hipótesis, se encamina la encuesta a un enfoque cuantitativo, focalizándose netamente en resultados numéricos de las respuestas del instrumento para posteriormente codificarlos y procesarlos hasta poder desarrollar las conclusiones.

De igual manera, Hernández et al. (2014) refiere que las exploraciones de grado relacional se definen como: “las que pretenden establecer el nivel de vínculo que se da entre dos o más variables en una determinada muestra” (p.93).

Morlote y Celiseo (2004), refieren que las investigaciones no experimentales son las que se diferencian, pues se encuentran “basados específicamente en observar y no tanto en manipular intencionalmente las variables y aplicables a todas las áreas del conocimiento” (p.83).

Monje (2011), las investigaciones transversales tienden a diferenciarse por el hecho de que el instrumento está siendo utilizado en un momento determinado.

### 3.2. Método de investigación

La siguiente exploración empleó el método deductivo.



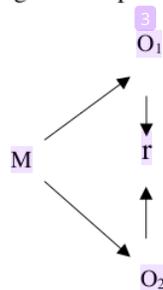
Según Maya (2014), “Este tipo de estudio se enfoca en la adquisición de un conocimiento general para avanzar a un conocimiento particular, es decir, se parte del conocimiento universal para llegar a una conclusión particular.” (p.127).

### 3.3. Diseño de investigación

Los diseños de modelos no experimentales se utilizan porque no necesitan ser estimulados o manipulados deliberadamente para poder alcanzar los objetivos de la exploración.

Hernández en caso contrario. (2014) afirma: “El diseño de experimentos apunta a percibir el fenómeno tal como es, por lo que es una característica importante para llevar a cabo investigaciones sin manipular intencionalmente las variables de investigación” (p.92).

El esquema de diseño de la investigación es presentada de la siguiente manera:



En donde:

M = Muestra representativa.

O<sub>1</sub> = Calidad de servicio.

O<sub>2</sub> = Satisfacción al usuario.

r = Relación.

### 3.4. Población, muestra y muestreo

#### 3.4.1. Población

Actualmente la población fue integrada por los usuarios de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca; en este sentido, la población es infinita, es decir, no se conoce con exactitud la cantidad de usuarios.



### 3.4.2. Muestra

Así mismo, La muestra se integró por 384 usuarios de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca. A continuación se detalla el cálculo de la misma.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

$n$  = Número de elementos que debe poseer la muestra  
 $\alpha$  = Riesgo o nivel de significación.  
 $Z_{\alpha}$  = Puntuación correspondiente al riesgo  $\alpha$  que se haya elegido.  
 Por ejemplo, para un riesgo del 5%;  $\alpha = 0.05$  ( $Z_{\alpha} = 1.96$ )  
 $p$  = % estimado  
 $q = 100 - p$   
 $e$  = Error permitido.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.05 * 0.05}{0.05^2} = 384.16.$$

### 3.4.3. Muestreo

Para el siguiente estudio, se hizo uso del muestreo probabilístico.

## 3.5. Técnicas e instrumentos de recojo de datos

### 3.5.1. Técnicas de recojo de datos

Cada proceso de encuesta emplea gran variedad de técnicas y herramientas de medición, según la clase de encuesta y el diseño en particular utilizados en el trabajo de la encuesta. Las preguntas se utilizan como método de investigación porque son flexibles y fáciles de expresar sus opiniones o recoger las percepciones de la gente. Ñau Pasetal. (2014) Encuesta: “Método de recolección de datos cuyo objetivo es recolectar percepciones individuales relacionadas con un tema de investigación y brindar razonamiento para poder decidir” (p.183). Asimismo, debido al aislamiento social dictado por el gobierno frente a la COVID-19, la solicitud se realiza efectivamente a través de la plataforma Google Drive mediante la creación del formulario.



10

### 3.5.2. Instrumentos de recojo de datos

Según Maya (2014), el cuestionario es: “Modalidad de encuesta creada por escrito a partir de algún tipo de papel, que incluye una serie de preguntas, apoyada en las sugerencias del entrevistador, o en algunos casos autogestionada” (p. 131). Esto significa que las encuestas se utilizarán como métrica con el fin de evaluar variables de la calidad diseñada, virtualizada y la satisfacción. La efectividad y confiabilidad de cada instrumento se realiza para asegurar la calidad de los resultados. La encuesta está diseñada para medir variables de calidad de servicio. Esta variable se divide en 5 dimensiones con un total de 15 ítems. Cada respuesta utiliza una escala Likert de 5 ítems.

Se crea una encuesta para medir la satisfacción y se divide en cuatro dimensiones con un total de 12 ítems. Cada respuesta utiliza una escala Likert de 5 ítems. Para la efectividad de las dos medidas se utilizó la evaluación de tres expertos administrativos, y cada ítem de los dos cuestionarios consideró la redacción de la norma, la correspondencia con la dimensión, la correspondencia con el índice y la amplitud de contenidos. analizado. Aplicando las Encuestas de Calidad y Satisfacción de Usuarios mediante una prueba a 30 usuarios de la comuna de Baños del Inca dando como resultado 0.836 para la primera variable y prueba alfa de Cronbach para la segunda variable, se obtuvo un coeficiente de 0.848. Variables en consecuencia. Ambos valores son superiores a 0,7, lo que confirma la fiabilidad del uso de estos cuestionarios para su aplicación a la población.

10

### 3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Tras recoger información, se realizó un conjunto de actividades que se desarrolló sistemáticamente obteniendo información relevante, la cual se dio mediante la transformación de datos, limpieza de datos, obteniendo como resultado la matriz de datos, logrando su procesamiento estadístico, presentación y comprensión de cada uno de los resultados obtenidos, en coherencia con los objetivos y problemas planteados.

Apreciando el estudio de investigación, el tipo y diseño del estudio, se realizó el procesamiento de datos mediante técnicas de análisis bivariados. Dicho análisis, sirvió para realizar análisis inferencial de correlación, se empleó la prueba Kolgomorov Smirnov bajo el propósito de establecer si se utilizó la estadística paramétrica o no paramétrica, es decir, se identificó si los datos cuentan con normalidad, y esto permitió contrastar las hipótesis planteadas Por otro lado, para validar la calidad de los resultados se recaudó la potencia estadística y tamaño del efecto en base a las pruebas estadísticas utilizadas. Posterior a ello,



se tuvo que determinar el uso de la prueba estadística para el establecimiento de la relación, la cual puede ser Rho de Spearman o Coeficiente de Pearson, dicha elección depende si la distribución de datos de las variables cuentan con una distribución normal.

Para el procesamiento de data fue de suma necesidad la utilización de herramientas digitales para desarrollar el análisis estadístico, en ese sentido, se ha utilizado el SPSS 28V, este último tiene como características principales, ser gratis, amigable y flexible. Complementariamente, se empleó Microsoft Office 2019 para tablas y gráficos estadísticos considerando Norma APA 7 Edición para su respectiva examinación de información, presentación, interpretación y contraste de todas las hipótesis establecidas en el proyecto.

### 3.7. Ética investigativa

El aspecto ético durante el desarrollo de toda investigación es importante, en tal sentido, no se puede estar ajenos de ello, por cuanto la investigación pretendió mitigar la brecha del conocimiento que se presenta en la línea de investigación, se optó las acciones éticas siguientes:

- a) Respeto por la propiedad intelectual, todo contenido textual que corresponda a otra literatura, trabajo de investigación o algún documento será citado y referenciado, evitando el plagio en la investigación.
- b) Consentimiento informado, todos los participantes deben estar informados sobre la finalidad del estudio a realizarse.
- c) Confidencialidad de los datos, la información brindada por los usuarios se mantendrá de manera protegida y reservada.
- d) Anonimato de los participantes, las personas que estarán participando no podrán ser identificados antes, durante ni posterior al estudio de investigación.

Veracidad de la información, las opiniones y/o valoraciones emitidas por la población, conjuntamente con los resultados obtenidos no fueron modificados por ningún motivo, razón o circunstancia asegurando la calidad de la exploración.



**CAPITULO IV. RESULTADOS**

**4.1. Presentación y análisis de resultados**

Se obtuvo los siguientes resultados:

**Tabla 1**

*Nivel de la calidad de servicio*

Calificación	Rango		Frec.	%
	Desde	Hasta		
Bajo	15	35	39	10.16%
Medio	36	56	281	73.18%
Alto	57	75	64	16.67%
Total		384		100.00%

*Nota.* Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28

La Tabla 1 demuestra, el 73.18% de los usuarios manifestaron la presencia de un nivel regular o medio en calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022; seguido por un 10.16% que indicó nivel bajo y el 16.67% indicó un nivel alto.

**Tabla 2**

*Nivel de la satisfacción del usuario*

Calificación	Rango		Frec.	%
	Desde	Hasta		
Bajo	12	28	81	21.09%
Medio	29	45	269	70.05%
Alto	46	60	34	8.85%
Total		384		100.00%

*Nota.* Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28

En la Tabla 2 se observa que el 70.05% de los usuarios evidenciaron la presencia de un grado regular en satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022; seguido por 21.09% que indicó nivel bajo y 8.85% indicó un nivel alto.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI**  
**ESCUELA DE POSGRADO**

**Tabla 3**  
*Prueba de normalidad Kolmogorov - Smirnov para la muestra*

	Calidad del servicio	Satisfacción del usuario
N	384	384
Estadístico de prueba	.039	.066
Sig. asin. (bilateral) <sup>c</sup>	.200 <sup>d</sup>	<.000

Nota. Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28

En la tabla 3, se puede apreciar las pruebas de normalidad de ambas variables calidad de servicio y satisfacción del usuario. En la primera variable se evidencia que tiene una distribución normal por su Sig. 0.200 ( $p > 0.05$ ) sin embargo, la segunda variable tiene una distribución no normal por su Sig. <0.000 ( $p < 0.05$ ). Por lo tanto dichas variables tendrán que ser procesadas inferencialmente con estadísticos de correlación no paramétricos como Rho de Spearman.

#### 4.2. Prueba de hipótesis

##### Hipótesis general

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

H<sub>a</sub>: Existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Tabla 4**  
*Prueba "Rho de Spearman" para el contraste de la hipótesis general*

			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1.000	.365
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.365	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	384	384

Nota. Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI**  
**ESCUELA DE POSGRADO**

En la Tabla 4, se observa un índice de correlación de Spearman, ( $Rho = 0.365$ , Sig. (bilateral) =  $0.000 < p = 0.05$ ), esto refuta nuestra hipótesis nula. Existe presencia de relación en cuanto a calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Hipótesis específica 1**

$H_0$ : No existe relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

$H_a$ : Existe relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Tabla 5**  
*Prueba "Rho de Spearman" para el contraste de la hipótesis específica 1*

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	1.000	.233
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.233	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	384	384

Nota. Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28

La tabla 5, muestra la prueba de correlación Rho de Spearman ( $Rho = 0.233$ , Sig. (bilateral) =  $<0.000 < p = 0.05$ ), para la dimensión capacidad de respuesta y satisfacción del usuario. Demuestra que sí hubo asociación positiva débil entre la dimensión elementos concretos y satisfacción del usuario por usuarios de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Hipótesis específica 2**

$H_0$ : No existe relación entre los elementos concretos y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

$H_a$ : Existe relación entre los elementos concretos y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI  
ESCUELA DE POSGRADO

**Tabla 6**  
*Prueba “Rho de Spearman” para el contraste de la hipótesis específica 2*

			Elementos concretos	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Elementos concretos	Coeficiente de correlación	1.000	.233
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	.233	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	384	384

Nota. Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28

La tabla 6, muestra la técnica estadística de correlación Rho de Spearman ( $Rho = 0.233$ , Sig. (bilateral) =  $<0.000 < p = 0.05$ ), para la dimensión elementos concretos y satisfacción del usuario. Demuestra un vínculo positivo débil en cuanto a la dimensión elementos concretos y satisfacción del usuario por usuarios de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Hipótesis específica 3**

$H_0$ : No existe relación entre la empatía y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

$H_a$ : Existe relación entre la empatía y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Tabla 7**  
*Prueba “Rho de Spearman” para el contraste de la hipótesis específica 3*

			Empatía	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1.000	.264
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	.264	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	384	384

Nota. Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI**  
**ESCUELA DE POSGRADO**

La tabla 7, muestra la técnica estadística de correlación Rho de Spearman (Rho = 0.264, Sig. (bilateral) = <0.000 < p= 0.05), para la dimensión empatía y satisfacción del usuario. Demuestra que sí hubo correlación positiva débil en ambas dimensiones (la dimensión empatía y satisfacción del usuario) por usuarios de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Hipótesis específica 4**

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

H<sub>a</sub>: Existe relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Tabla 8**  
*Prueba “Rho de Spearman” para el contraste de la hipótesis específica 4*

			Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1.000	.308
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	.308	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	384	384

Nota. Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28

La tabla 8, muestra la prueba de correlación Rho de Spearman (Rho = 0.308, Sig. (bilateral) = <0.000 < p= 0.05), para la dimensión fiabilidad y satisfacción del usuario. Demuestra que sí hubo un grado de relación positiva débil en cuanto a la dimensión fiabilidad y satisfacción del usuario por usuarios de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.



**Hipótesis específica 5**

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la seguridad y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

H<sub>a</sub>: Existe relación entre la seguridad y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.

**Tabla 9**  
 Prueba "Rho de Spearman" para el contraste de la hipótesis específica 5

			Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1.000	.294
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	.294	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	384	384

Nota. Resultado obtenido en el procesamiento del programa SPSS V. 28

La tabla 9, evidencia la técnica estadística de correlación Rho de Spearman (Rho = 0.294, Sig. (bilateral) = <0.000 < p= 0.05), para la dimensión seguridad y satisfacción del usuario. Demuestra que sí hubo correlación positiva débil en ambas dimensiones (dimensión seguridad y satisfacción del usuario) por usuarios de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca en el año 2022.



### 4.3. Discusión de resultados

Para comenzar con el objetivo general de esta exploración, se observa un índice correlacional de Spearman, ( $Rho = 0.365$ , Sig. (bilateral) =  $0.000 < p = 0.05$ ), esto permitió rechazar nuestra hipótesis nula. Afirmando una clara asociación de calidad de servicio y satisfacción de la Municipalidad de Baños del Inca, dichos resultados concuerdan con la exploración de Reyes y Veliz (2021) quienes en su artículo, pretendían establecer la calidad y su vínculo con satisfacción en la Institución Pública de Agua Potable del cantón Jipijapa, obteniendo el índice  $Rho = 0.829$ , Sig. (bilateral) =  $0.000 < p = 0.05$ , por ello, determinan una evidente asociación en cuanto a la calidad y la satisfacción. pues las dos entidades pertenecen al sector público. Para Vargas (2014), calidad de servicio es un conjunto de beneficios que las personas esperan además del producto, presentación, precio y reputación.

Referente al objetivo específico 1, se observa un índice correlacional de Spearman ( $Rho = 0.308$ , Sig. (bilateral) =  $< 0.000 < p = 0.05$ ), para el componente fiabilidad y satisfacción. Demuestra que existe positivamente una asociación débil en cuanto a la dimensión fiabilidad y satisfacción de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca, dichos resultados se asemejan al trabajo de Cano (2021) en su investigación, teniendo por objeto de estudio establecer la relación entre calidad y satisfacción en un centro de salud de Lima, demostrando un  $Rho = 0.740$ , Sig. (bilateral) =  $0.000 < p = 0.05$ , evidenciando una fuerte asociación entre la dimensión fiabilidad y satisfacción, ya que ambas entidades son del sector público, a pesar que la investigación de Cano se realizó en el rubro de salud. Considerando lo referenciado por Pérez (2010), la confiabilidad es el sentido de brindar servicios con la confianza plena de que brinde el uso esperado de él, en otras palabras, será confiable, necesitamos saber que siempre reacciona de la misma manera.

Respecto al objetivo específico 2, se evidencia la correlación Rho de Spearman ( $Rho = 0.294$ , Sig. (bilateral) =  $< 0.000 < p = 0.05$ ), para la dimensión seguridad y satisfacción. Demuestra positivamente una correlación débil entre la dimensión seguridad y satisfacción de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca, esto concuerda con el trabajo exploratorio de Linares y Saavedra (2020), teniendo por propósito establecer asociación entre calidad y satisfacción en la Sub Región de Salud Jaén, obteniendo un ( $Rho = 0.481$ , Sig. (bilateral) =  $< 0.000 < p = 0.05$ ), esto refiere que se estableció una



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI  
ESCUELA DE POSGRADO

asociación en cuanto a la dimensión seguridad y la satisfacción, esto debido a que ambas entidades se desempeñan en el sector público, a pesar que la investigación de Linares y Saavedra se realizó en el rubro de salud, otro factor determinante es que ambos estudios se realizaron en la región Cajamarca, considerando el tema cultural como un factor determinante. Por ello, Locher (2017), especifica que la seguridad es el concepto de la delicadeza requerida y la amabilidad del empleado. La tranquilidad se conoce como toda precaución y acción consideradas en caso de cualquier eventualidad no prevista, sobre todo el modo y la manera en la que se actuará con el fin de alimentar el acorde en el medio donde se ejecute el servicio.

eférente al objetivo específico 3, muestra la técnica de correlación **Rho de Spearman** ( $Rho = 0.264$ ,  $Sig. (bilateral) = <0.000 < p= 0.05$ ), para la dimensión empatía y satisfacción. Demostrando la presencia de una asociación positiva débil por la dimensión empatía y satisfacción de la Municipalidad de Baños del Inca, los resultados son semejantes al trabajo de Montalvo y Estrada (2020) con el artículo científico, pretendiendo con su exploración establecer un vínculo entre calidad y satisfacción en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado, está demostró un **Spearman** ( $Rho = 0.264$ ,  $Sig. (bilateral) = < 0.000 < p = 0.05$ ), es decir, determinó que hay una correlación en cuanto a las dimensiones empatía y la satisfacción, esto debido a que ambas entidades se desempeñan en el sector público. Según lo referenciado por Guajardo (2008), menciona que la empatía viene a ser un precio del individuo que aporta la facultad de colocarse en el lugar de los demás, de esa manera se podrá concebir las situaciones que lo incomodan y así brindarle su apoyo.

Respecto al objetivo específico 4, muestra la técnica estadística **Rho de Spearman** ( $Rho = 0.233$ ,  $Sig. (bilateral) = <0.000 < p= 0.05$ ), para la dimensión elementos concretos y satisfacción. Demuestra que sí existió una relación positiva débil en cuanto a las dimensiones elementos concretos y satisfacción de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca, dichos resultados son semejantes al trabajo ejecutado por Linares y Saavedra (2020) en su exploración, teniendo por objeto de estudio establecer la asociación entre calidad y satisfacción en la Sub Región de Salud Jaén, obteniendo un ( $Rho = 0.481$ ,  $Sig. (bilateral) = <0.000 < p= 0.05$ ), por ende determinaron la asociación de elementos concretos con la satisfacción al cliente, esto como consecuencia de que ambas entidades



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI  
ESCUELA DE POSGRADO

se desempeñan en el sector público, a pesar que la investigación de Linares y Saavedra se realizó en el rubro de salud, otro factor determinante es que ambos estudios se realizaron en la región Cajamarca, considerando el tema cultural como un factor determinante. Desde la arista teórica, según Pérez (2010), refiere que los elementos concretos, son el equipamiento, mobiliario, equipos humanos que deben cubrir las exigencias de la mejor manera posible, y el equipo humano que necesita vestirse y presentarse según al potencial de cada institución.

Referente al objetivo específico 5, evidencia correlación Rho de Spearman (Rho = 0.233, Sig. (bilateral) = <0.000 < p= 0.05), para la dimensión capacidad de respuesta del usuario y satisfacción. Demuestra una correlación positiva débil en cuanto a las dimensiones elementos concretos y satisfacción de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca, todo ello concuerda con Guevara (2021) pues, teniendo por principal propósito establecer el vínculo entre calidad de servicio y satisfacción del Gobierno Regional de Cajamarca, obtuvo un (Rho = 0.649, Sig. (bilateral) = <0.000 < p= 0.05), determinando que entre la dimensión capacidad de respuesta y satisfacción, existe un fuerte vínculo, debido a que ambas entidades se desempeñan en el sector público, otro factor relevante es que ambos estudios se realizaron en la región Cajamarca, considerando el tema cultural como un factor de alta relevancia. Según lo indicado por Albahari (2010), capacidad de respuesta, hace referencia a mantener satisfechos a los usuarios brindando un servicio eficiente y así mantener lealtad de los consumidores actuales.



## CAPITULO V. CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

### 5.1. Conclusiones

Finalmente, se evidenció una correlación positiva débil en cuanto a calidad de servicio y satisfacción de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca, debido al coeficiente de correlación de Spearman, ( $Rho = 0.365$ , Sig. (bilateral) =  $0.000 < p = 0.05$ ). Allende a ello, la calidad de servicio está conformada por una gama de necesidades ubicadas dentro del mercado, la cual surge mediante la comunicación con el usuario quien está orientado al servicio de la satisfacción.

Se determinó la existencia de correlación positiva débil en cuanto a las dimensiones fiabilidad y satisfacción de la Municipalidad de Baños del Inca, considerando el índice de Spearman ( $Rho = 0.308$ , Sig. (bilateral) =  $< 0.000 < p = 0.05$ ). La confiabilidad hace referencia a brindar servicios con la confianza plena de que brinde el uso esperado de él, en otras palabras, será confiable, necesitamos saber que siempre reacciona de la misma manera.

Se determinó la existencia de correlación positiva débil en ambas dimensiones, seguridad y satisfacción de la Municipalidad de Baños del Inca, como resultado del indicador Rho de Spearman ( $Rho = 0.294$ , Sig. (bilateral) =  $< 0.000 < p = 0.05$ ). Además, la seguridad refiere a la delicadeza requerida y la amabilidad del empleado.

Se determinó la existencia de correlación positiva débil en cuanto a las dimensiones empatía y satisfacción de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca, teniendo en cuenta la correlación de Rho de Spearman ( $Rho = 0.264$ , Sig. (bilateral) =  $< 0.000 < p = 0.05$ ). La empatía viene a ser un precio del individuo que aporta la facultad de colocarse en el lugar de los demás, de esa manera se podrá concebir las situaciones que lo incomodan y así brindarle su apoyo.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI**  
**ESCUELA DE POSGRADO**

Se determinó la existencia de correlación positiva débil en cuanto a las dimensiones elementos concretos y satisfacción de la Municipalidad de Baños del Inca, esto debido al indicador de correlación de Spearman ( $Rho = 0.233$ , Sig. (bilateral) =  $<0.000 < p = 0.05$ ). Por ello, los elementos concretos, deben cubrir las exigencias de la mejor manera posible, y el equipo humano que necesita vestirse y presentarse según al potencial de cada institución.

Se determinó la correlación positiva débil dentro de las dimensiones capacidad de respuesta y satisfacción de la Municipalidad de Baños del Inca, esto debido al coeficiente de correlación Spearman ( $Rho = 0.233$ , Sig. (bilateral) =  $<0.000 < p = 0.05$ ). Dicho esto, capacidad de respuesta, es mantener satisfechos a los usuarios brindando un servicio eficiente y así mantener lealtad de los consumidores actuales.

## 5.2. Sugerencias

Al personal de atención al ciudadano, evocar la demostración respeto y amabilidad con los usuarios, siempre priorizando el cumplimiento de las solicitudes en el menor tiempo posible, demostrando confianza y buena disposición para atenderlo.

Al jefe de recursos humanos, promover la ejecución de capacitaciones al personal en atención al ciudadano respecto a los procedimientos administrativos que se tienen que ejecutar, asimismo incentivar el trato cordial hacia el ciudadano (amabilidad, cortesía, responsabilidad y solución de conflictos).

A los usuarios de la Municipalidad Distrital Baños del Inca, se sugiere informarse de los horarios establecidos por la institución, de esta manera se evitará inconsistencias en el servicio de atención.

Al personal administrativo, evocar el reforzamiento de las medidas de apoyo al personal de atención al ciudadano a fin de que se mantenga y se mejore la calidad de servicios a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Baños del Inca.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI**  
**ESCUELA DE POSGRADO**

Al alcalde de la Municipalidad Distrital Baños del Inca, se sugiere promover, gestionar el mejoramiento de las instalaciones de la municipalidad, con el fin de otorgar al usuario una mejor experiencia.

Al alcalde de la Municipalidad Distrital Baños del Inca, se sugiere promover la ejecución de exploraciones donde se involucren aspectos importantes como es el talento humano y la percepción de los usuarios.

# CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL BAÑOS DEL INCA, 2022.

## INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	6%
2	<a href="#">Submitted to Universidad Catolica de Trujillo</a> Trabajo del estudiante	2%
3	<a href="#">Submitted to Universidad Cesar Vallejo</a> Trabajo del estudiante	2%
4	<a href="https://repositorio.unc.edu.pe">repositorio.unc.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
5	<a href="https://repositorio.autonoma.edu.pe">repositorio.autonoma.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://repositorio.unjfsc.edu.pe">repositorio.unjfsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="https://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Fuente de Internet	

<1 %

10

[repositorio.uct.edu.pe](http://repositorio.uct.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

11

Submitted to Universidad Continental

Trabajo del estudiante

<1 %

12

[querer-pistola.fun](http://querer-pistola.fun)

Fuente de Internet

<1 %

13

[www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

Fuente de Internet

<1 %

14

[www.coursehero.com](http://www.coursehero.com)

Fuente de Internet

<1 %

15

[repositorio.urp.edu.pe](http://repositorio.urp.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

# CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL BAÑOS DEL INCA, 2022.

INFORME DE GRADEMARK

NOTA FINAL

**/0**

COMENTARIOS GENERALES

**Instructor**

---

PÁGINA 1

---

PÁGINA 2

---

PÁGINA 3

---

PÁGINA 4

---

PÁGINA 5

---

PÁGINA 6

---

PÁGINA 7

---

PÁGINA 8

---

PÁGINA 9

---

PÁGINA 10

---

PÁGINA 11

---

PÁGINA 12

---

PÁGINA 13

---

PÁGINA 14

---

PÁGINA 15

---

PÁGINA 16

---

PÁGINA 17

---

PÁGINA 18

---

PÁGINA 19

---

PÁGINA 20

---

PÁGINA 21

---

PÁGINA 22

---

PÁGINA 23

---

PÁGINA 24

---

PÁGINA 25

---

PÁGINA 26

---

PÁGINA 27

---

PÁGINA 28

---

PÁGINA 29

---

PÁGINA 30

---

PÁGINA 31

---

PÁGINA 32

---

PÁGINA 33

---

PÁGINA 34

---

PÁGINA 35

---

PÁGINA 36

---

PÁGINA 37

---