

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS

ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

TESIS:

LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

EN EL CENTRO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO DE LA

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA-2018

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA PÚBLICA

Presentada por:

Bachiller: JESSICA KAROL VALDERRAMA DELGADO

Asesor:

Dr. ÁNGEL LOZANO CABRERA

Cajamarca – Perú

2021

COPYRIGHT © 2021 by
JESSICA KAROL VALDERRAMA DELGADO
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS**

TESIS APROBADA:

**LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO
EN EL CENTRO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO DE LA
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA-2018**

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA PÚBLICA

Presentada por:

Bachiller: JESSICA KAROL VALDERRAMA DELGADO

JURADO EVALUADOR

Dr. Ángel Abelino Lozano Cabrera
Asesor

Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Jurado Evaluador

Dr. Juan José Julio Vera Abanto
Jurado Evaluador

Dr. César Octavio Vásquez Carranza
Jurado Evaluador

Cajamarca – Perú

2021



Universidad Nacional de Cajamarca
LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 080-2018-SUNEDU/CD

Escuela de Posgrado
CAJAMARCA - PERÚ



PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS

Siendo las ...17:00... horas del día 21 de julio de dos mil veintiuno, reunidos a través de Gmeet meet.google.com/bdn-izke-aca, creado por la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca, el Jurado Evaluador presidido por el **Dr. HÉCTOR DIOMEDES VILLEGAS CHÁVEZ**, **Dr. JUAN JOSÉ JULIO VERA ABANTO**, **Dr. CÉSAR OCTAVIO VÁSQUEZ CARRANZA**, y en calidad de Asesor el **Dr. ANGEL ABELINO LOZANO CABRERA**. Actuando de conformidad con el Reglamento Interno de la Escuela de Posgrado y la Directiva para la Sustentación de Proyectos de Tesis, Seminarios de Tesis, Sustentación de Tesis y Actualización de Marco Teórico de los Programas de Maestría y Doctorado, se dio inicio a la Sustentación de la Tesis titulada: **LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA – 2018**; presentada por la **Bach. en Ingeniería de Sistemas JESSICA KAROL VALDERRAMA DELGADO**.

Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación, se acordó...**APROBAR**.....con la calificación de 17 (DIECISIETE) **EXCELENTE**.....la mencionada Tesis; en tal virtud, el **Bach. en Ingeniería de Sistemas JESSICA KAROL VALDERRAMA DELGADO**, está apta para recibir en ceremonia especial el Diploma que la acredita como **MAESTRO EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, con Mención en **ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA PÚBLICA**.

Siendo las 18:00..... horas del mismo día, se dio por concluido el acto.

.....
Dr. Ángel Abelino Lozano Cabrera
Asesor

.....
Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Jurado Evaluador

.....
Dr. Juan José Julio Vera Abanto
Jurado Evaluador

.....
Dr. César Octavio Vásquez Carranza
Jurado Evaluador

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y la fortaleza para terminar el presente trabajo de investigación, a mis padres y a mi mamá Marina por estar ahí cuando más los necesité, por la formación y el amor que siempre me dan, a mi esposo por su apoyo incondicional y a mi hija que es la razón de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor de Tesis el Dr. Ángel Lozano Cabrera. por haberme dado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, guiándome en el desarrollo de la tesis.

Al jefe del Área de Recursos Humanos de la Municipalidad Provincial de Cajamarca por
las facilidades prestadas

Al personal del Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de
Cajamarca por su apoyo y colaboración en el desarrollo de la investigación

“La calidad de un producto o servicio no es lo que pusiste en él. Es lo que el cliente obtiene de ellos”

Peter Drucker

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS	vi
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS	xiv
GLOSARIO	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Contextualización.	1
1.1.2. Descripción del problema.	2
1.1.3. Formulación del problema.	4
1.2. Justificación e importancia	4
1.2.1. Justificación científica	4
1.2.2. Justificación técnica-práctica.	5
1.2.3. Justificación institucional y personal.	5
1.3. Delimitación de la investigación	6
1.4. Limitaciones	6
1.5. Objetivos	6
1.5.1. Objetivo General:	6
1.5.2. Objetivos Específicos:	7

CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1. Marco Legal	8
2.2. Antecedentes de la investigación	9
2.3. Bases teóricas	16
2.4. Marco conceptual	27
2.5. Definición de términos básicos	31
CAPÍTULO III	33
PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES	33
3.1. Hipótesis	33
3.2. Variables	33
3.3. Operacionalización de los componentes de las hipótesis	34
CAPÍTULO IV	36
MARCO METODOLÓGICO	36
4.1. Ubicación geográfica	36
4.2. Diseño de la investigación	37
4.3. Métodos de investigación	38
4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación	40
4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información	41
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	42
4.7. Matriz de consistencia metodológica	44
CAPÍTULO V	45
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
5.1. CALIDAD DEL SERVICIO	45
5.1.1. DIMENSIÓN X1: CAPACIDAD DE RESPUESTA	46
5.1.2. DIMENSIÓN X2: FIABILIDAD	52

5.1.3.	DIMENSIÓN X3: SEGURIDAD	58
5.1.4.	DIMENSIÓN X4: EMPATÍA	64
5.1.5.	DIMENSIÓN X5: ELEMENTOS TANGIBLES	70
5.2.	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	77
5.2.1.	DIMENSIÓN Y1: TRANSPARENCIA	78
5.2.2.	DIMENSIÓN Y2: EXPECTATIVAS	83
5.2.3.	DIMENSIÓN Y3: COMUNICACIÓN	88
5.3.	Resultados de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario	93
5.4.	Contrastación de Hipótesis	95
	RECOMENDACIONES Y/O SUGERENCIAS	98
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99
	APENDICE 1	101
	APENDICE 2	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de los componentes de la hipótesis	34
Tabla2: Matriz de consistencia metodológica	44
Tabla 3: Dimensión Capacidad de Respuesta.....	46
Tabla 4:Dimensión Fiabilidad	52
Tabla 5: Dimensión Seguridad	58
Tabla 6: Dimensión Empatía	64
Tabla 7: Dimensión Elementos Tangibles.....	70
Tabla 8: Dimensión Transparencia.....	78
Tabla 9:Dimensión Expectativas	83
Tabla 10: Dimensión Comunicación	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de la Municipalidad. Provincial de Cajamarca.....	36
Figura 2. Diseño de la investigación	37
Figura 3. Resumen de la calificación de las dimensiones de la calidad del servicio	45
Figura 4. Dimensión capacidad de respuesta.....	46
Figura 5. Rapidez del servicio	46
Figura 6. Disposición del personal para ayudar.....	47
Figura 7. Aclaración de dudas.....	48
Figura 8. Comunican cuando termina el trámite de su expediente.....	49
Figura 9. Dimensión Fiabilidad.....	52
Figura 10. Los servicios son ejecutados en el tiempo prometido.....	53
Figura 11. Interés del personal para solucionar problemas.....	53
Figura 12. La atención es de acuerdo al orden de llegada.....	54
Figura 13. La información brindada no muestra errores.....	55
Figura 14. Dimensión Seguridad.....	58
Figura 15. El personal inspira confianza.	59
Figura 16. Se sintió seguro al brindar información solicitada por el personal que le atendió.	59
Figura 17. El personal le trató con amabilidad.	60
Figura 18. El personal contó con los conocimientos necesarios para responder a sus preguntas.	61
Figura 19. Dimensión Empatía.....	64
Figura 20. El personal le ofreció una atención personalizada.	65
Figura 21. El personal mostró interés a sus inquietudes.	65
Figura 22. El personal comprendió lo que realmente necesitaba.	66
Figura 23. El personal se esforzó por brindar un servicio sobresaliente.	67

Figura 24. Dimensión Elementos tangibles.	70
Figura 25. Los ambientes tienen equipos de apariencia moderna.	71
Figura 26. Las instalaciones físicas son atractivas, limpias y cómodas.	71
Figura 27. El personal está uniformado y con apariencia pulcra	72
Figura 28. Los folletos y letreros fueron visualmente atractivos y adecuados para orientarlo.	73
Figura 29. Resumen de la calificación de las dimensiones de la satisfacción del usuario.	77
Figura 30. Dimensión transparencia.	78
Figura 31. Libre acceso a la información.	79
Figura 32. Los precios de los servicios son los correctos.	80
Figura 33. El personal le proporciona información clara, transparente y sin errores.	81
Figura 34. Dimensiones expectativas.	83
Figura 35. El tiempo de atención fue el adecuado.	84
Figura 36. Se siente satisfecho con la atención recibida.	84
Figura 37. Recibió un buen trato durante la atención.	85
Figura 38. Dimensiones expectativas.	88
Figura 39. Está conforme con los horarios de atención.	89
Figura 40. Puede realizar trámites en línea.	89
Figura 41. El buzón de reclamos está a su disposición.	90
Figura 40. Diagrama de dispersión.	93

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS

CAC: Centro de Atención al Ciudadano

MPC: Municipalidad Provincial de Cajamarca

PCM: Presidencia del Consejo de Ministros

PIDE: Plataforma de Interoperabilidad del Estado

MEF: Ministerio de Economía y Finanzas

ONGEI: Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación

UIS: Unidad de Informática y Sistemas

GLOSARIO

Dimensión: Aspecto o faceta de algo (Real Academia Española,2014).

Eficacia: Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera (Real Academia Española,2014).

Eficiencia: Capacidad de disponer de algo para poder conseguir un efecto determinado según el objetivo (Real Academia Española,2014).

Institución Pública: Son las instituciones que dependen y reciben aportes del estado (Secretaría de Gestión Pública,2014, p. 21)

Gestionar: Ocuparse de la administración, organización y funcionamiento de una empresa, actividad económica u organismo (Real Academia Española,2014).

Gobierno Abierto: Nuevo modelo de relación entre los gobernantes, las administraciones públicas y la sociedad; basado en la transparencia, la apertura, la colaboración y orientado a la participación de los ciudadanos y ciudadanas tanto en diseño como en la implementación de las políticas públicas y la mejora de los servicios. (Secretaría de Gestión Pública, 2014, p, 9)

Gobierno Electrónico: Implica la innovación en la reforma del estado, involucra el uso de la tecnología para agilizar procesos, fomentar la competitividad del país y acercar el Estado a los ciudadanos. (Secretaría de Gestión Pública, 2014, p, 9)

Transparencia: Cualidad de transparente (Real Academia Española,2014).

Usuario: Se refiere a un individuo que tiene derecho para hacer uso de una cosa ajena con algo de limitación (Real Academia Española,2014).

RESUMEN

La presente investigación se centra en analizar la calidad del servicio en el Centro de Atención al Ciudadano (C.A.C) de la Municipalidad Provincial de Cajamarca (M.P.C) -2018; para establecer su relación con la satisfacción de los usuarios. El método de investigación empleado es de tipo descriptivo, transversal y no experimental, con una muestra de 150 usuarios que realizan trámites en el Centro de Atención al Ciudadano; para la recopilación de los datos se utilizó la técnica de la encuesta, la cual fue realizada en las instalaciones del C.A.C de la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Se emplearon las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, empatía, seguridad y capacidad de respuesta para determinar la calidad del servicio y las dimensiones de transparencia, expectativas y comunicación para determinar la satisfacción. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: La calidad de servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca tiende a ser deficiente, además, los usuarios que realizan trámites están insatisfechos. Se ha confirmado la hipótesis respecto a que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario se relacionan significativamente con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.8679 y un nivel de significancia $p=0.000$.

Palabras claves: calidad de servicio, satisfacción del usuario

ABSTRACT

This research focuses on analyzing the quality of the service in the Citizen Service Center (C.A.C) of the Provincial Municipality of Cajamarca (M.P.C) -2018; to establish its relationship with user satisfaction. The research method used is descriptive, cross-sectional and non-experimental, with a sample of 150 users who carry out procedures at the Citizen Service Center; for data collection, the survey technique was used, which was carried out in the facilities of the C.A.C of the Provincial Municipality of Cajamarca. The dimensions of empathy, security, empathy, tangible elements, reliability and responsiveness were used to determine the quality of the service and the dimensions of transparency, communication and expectation to determine satisfaction. The results obtained were the following: The quality of service in the Citizen Service Center of the Provincial Municipality of Cajamarca tends to be deficient, in addition, users who carry out procedures are dissatisfied. The hypothesis has been confirmed that the quality of service and user satisfaction are significantly related to a Spearman correlation coefficient of 0.8679 and a significance level of $p = 0.000$.

Palabras claves: quality of service, user satisfaction

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización.

En los últimos tiempos, las instituciones públicas a nivel mundial a pesar de no tener un interés lucrativo, se están enfocando en mejorar la calidad del servicio al usuario y satisfacer las necesidades del ciudadano en la provisión de bienes y servicios públicos. El estado peruano no es ajeno a esto y su finalidad es contar con un gobierno abierto donde se busca promover la transparencia, accesibilidad de información, capacidad de respuesta y simplificación de los procesos de trámite documentario, apoyándose en las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para mejorar la calidad de servicio y satisfacción del usuario.

La Municipalidad Provincial de Cajamarca con el objetivo de lograr mejorar la calidad de servicio y satisfacción del usuario, ha creado la oficina del Centro de Atención al Ciudadano, la cual se encarga de atender, orientar, apoyar y asesorar a los usuarios que acuden a la municipalidad para realizar algún trámite, pedir acceso a la información, presentar reclamos o para informarse de algún tema según su interés. No obstante, los trabajadores, no siempre se encuentran comprometidos con su trabajo por falta de interés, capacidad o porque mantienen un paradigma de “cumpló con mi trabajo” y no se interesan en

desarrollar todas sus habilidades y capacidades personales para brindar un servicio de calidad y así mantener satisfechos a los usuarios.

La mala calidad de servicio que los usuarios puedan recibir por parte del personal que labora en la municipalidad, afectará la imagen de la institución, situación que conlleva a tener ciudadanos insatisfechos con la administración de la gestión municipal.

1.1.2. Descripción del problema.

La razón de ser de las municipalidades son los ciudadanos, por lo que la comprensión de brindar un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los usuarios, resulta muy importante, las instituciones públicas prestan servicios únicos y los ciudadanos se ven obligados a acudir a dichas instituciones cuando requieren de estos servicios.

La calidad de servicio según Zeithaml, Parasuraman, y Berry (1992), es “ Una sentencia o actitud en relación con la excelencia en general o la superioridad del servicio global ” (p.16). Los autores proponen la medición del cumplimiento y de la importancia de la calidad del servicio en 5 dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, tangibilidad, seguridad y empatía. La calidad en los servicios públicos es una exigencia constitucional y es una obligación irrestricta de la Administración Pública. Es además el recurso con que cuenta un Estado para compensar las desigualdades de la población a la que sirve, porque

es la posibilidad para que todos los ciudadanos reciban los mismos servicios sin distinción alguna (Casermeiro, Ssheuber,y Varas,2016,p.12).

La satisfacción del cliente según Kotler (1997), es “El nivel del estado de ánimo en el que se encuentra una persona luego de comparar el rendimiento percibido de un servicio o producto respecto a las experiencias que haya tenido” (p.31). Menciona que después de obtener un servicio o producto, los clientes frecuentemente experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción: Insatisfacción, satisfacción o complacencia.

Una institución para estudiar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, es la Municipalidad Provincial de Cajamarca, en donde se observa una calidad de servicios deficientes y limitantes en la satisfacción del usuario, repercutiendo en la mala imagen de la institución. La Municipalidad Provincial de Cajamarca cuenta con la oficina del Centro de Atención al Ciudadano, en la cual labora personal técnico y profesionales, que prestan servicio bajo diferentes modalidades contractuales, el análisis del rendimiento de cada uno de ellos se verá en diferentes aspectos, los cuales reflejarán la calidad del servicio que brindan a los usuarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

En la presente investigación se analiza cómo es la calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Cajamarca y su relación con la satisfacción de los usuarios, para luego elaborar una propuesta que contribuya con el mejoramiento de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

1.1.3. Formulación del problema.

- Problema general

¿De qué manera se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca en el año 2018?

- Problemas específicos

- a.** ¿Cómo es la calidad de servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?
- b.** ¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?
- c.** ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?

1.2. Justificación e importancia

1.2.1. Justificación científica

La investigación se basa en la teoría de la calidad del servicio y de la satisfacción, considerando diferentes enfoques. En la presente investigación se aplica el modelo SERVQUAL desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1992), los cuales proponen 5 dimensiones para medir la calidad del servicio y

son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Para medir la satisfacción del usuario se realiza a través de las dimensiones: comunicación, transparencia y expectativas, y así se identifica la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, estos resultados podrán ser usados de base para estudios similares en otras municipalidades y determinar la trascendencia de mejorar la gestión de la calidad de servicio.

1.2.2. Justificación técnica-práctica.

La insatisfacción existente de los usuarios que realizan trámites en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca es debido a la calidad de servicio que reciben al momento de acudir a la municipalidad a realizar algún trámite, pedir acceso a la información, presentar reclamos, informarse de algún tema según su interés o para hacer seguimiento de los mismos, es por tal motivo que se analizó la calidad de servicio que brinda el personal de la municipalidad y la satisfacción del usuario, y se elaboró una propuesta de mejora, la cual va a servir tanto al Centro de Atención al Ciudadano de la a la Municipalidad Provincial de Cajamarca como a futuras investigaciones que se hagan relacionados con el tema en estudio.

1.2.3. Justificación institucional y personal.

La razón de ser de la Municipalidad Provincial de Cajamarca son los ciudadanos, por tal motivo es importante analizar la calidad de servicio que

ofrece el personal que labora en la Oficina de Atención al Ciudadano y el nivel de satisfacción de los usuarios respecto al servicio obtenido, para fortalecer la imagen institucional y la confianza de los usuarios en la gestión municipal. Además, el investigador se encuentra motivado ya que está involucrada en el proceso de mejoramiento de la calidad del servicio y conoce de cerca el problema y le permitirá el afianzamiento de los conocimientos adquiridos.

1.3. Delimitación de la investigación

La investigación se realiza en el periodo 2018, donde se analiza la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

1.4. Limitaciones

En el presente trabajo de investigación se tiene las siguientes limitaciones:

- No se tiene un número exacto de la población
- Escaso material bibliográfico en relación al tema de investigación en las bibliotecas de la localidad tanto públicas y privadas.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General:

Analizar la calidad del servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018; para establecer su relación con la satisfacción de los usuarios.

1.5.2. Objetivos Específicos:

- a.** Analizar la calidad del servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- b.** Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- c.** Establecer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Legal

Ley N° 27658 - Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, la cual declara al Estado peruano en proceso de modernización teniendo como principio fundamental la orientación a la ciudadanía, mejorar la atención al ciudadano en la provisión de bienes y servicios públicos.

Ley N° 27806, su modificatoria Ley N° 27927 y su Reglamento el Decreto Supremo N° 072- 2003-PCM, tienen por finalidad regular el derecho fundamental del acceso a la información, consagrado en el numeral 5 del Artículo 2, de la Constitución Política del Perú. El formato de solicitud de acceso a la información pública se encuentra disponible en la página web de cada entidad pública.

Ley N° 27408, modificado por la Ley N° 28683, ley que establece la atención preferente a las mujeres embarazadas, las niñas, niños, los adultos mayores y con discapacidad, en lugares de atención pública. Contando la ciudadanía con un mecanismo para presentar denuncias por discriminación.

2.2. Antecedentes de la investigación

A. A nivel internacional:

Álvarez (2012), en su tesis de doctorado “*Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el Servicio Ofrecido en Redes de Supermercados Gubernamentales*”, que consistió en investigar el nivel de satisfacción de los clientes, relacionada a la calidad del servicio ofrecido en una red de supermercados del gobierno, llega a la conclusión que el índice de la calidad del servicio el cual presentó un valor global de 1,27 mencionando que las percepciones que tienen los clientes son más bajas en relación de las expectativas en un 25,4% por lo que existen oportunidades de mejoras para lograr una satisfacción total.

Con respecto a la dimensión “Evidencias Físicas”, el cliente considera que el servicio supera lo esperado, debido a que la apariencia de las instalaciones físicas, la facilidad y conveniencia del desplazamiento son adecuados. Así mismo en cuanto a las dimensiones de “fiabilidad”, “interacción personal” y “políticas” también se supera lo esperado ya que la visualización de los precios de los productos es clara y atractiva, el personal es amable, están dispuestos a ayudar y transmiten confianza seguridad. Finalmente recomienda mantener informado al cliente sobre los precios de los productos ofrecidos, que las indicaciones continúen claras, de fácil ubicación y detalladas, proteger la amplitud de espacio que caracteriza el establecimiento para facilitar el desplazamiento y desenvolvimiento de los clientes al consultar o realizar sus compras, mantener las políticas de surtido y fortalecer las estrategias de promoción en cuanto a descuentos directos. (p. 97-99).

Rocca (2016), en su tesis de maestría “*Satisfacción del usuario en el ámbito del sector público. Un estudio sobre el departamento de obras particulares de la Municipalidad de Berisso*”, en la cual evalúa el nivel de satisfacción de los usuarios en relación con las dimensiones de la calidad del servicio: elementos tangibles, confiabilidad del servicio, seguridad, capacidad de respuesta y empatía. Concluye que el nivel de satisfacción total de los usuarios del Departamento de Obras Particulares de la Municipalidad de Berisso se encuentra entre “satisfecho” y “algo insatisfecho”, debido a que el saldo de respuesta total obtenido alcanzó el valor de - 0,0873.

Luego, analizando cada una de las dimensiones en forma particular los elementos tangibles: es la dimensión que los usuarios encuestados eligieron como la menos importante de todas. El nivel de satisfacción de los usuarios respecto de la presente dimensión se ubica entre "satisfecho" y "algo insatisfecho", con un saldo de respuesta de - 0,185. De los elementos evaluados, es importante destacar que la "Apariencia física de los empleados" tuvo un saldo de respuesta mayor a 0 (0,24), que indica que los usuarios se sintieron, en relación con este elemento, entre "satisfechos" y "Algo más que satisfechos". Los elementos restantes obtuvieron un resultado similar al de la dimensión completa, de hecho, son los que explican el resultado final de la dimensión. Con respecto a la dimensión “Confiabilidad del servicio”, ocupa el segundo lugar en el ranking de importancia de los usuarios del servicio, lo que significa que aspectos como la eficacia y la eficiencia del servicio, el cumplimiento del trabajo en tiempo prometido y el interés para solucionar problemas son muy importantes para los usuarios (p. 175-177).

García (2013), en su tesis de doctorado “*Efectos de la Calidad de Servicio y de la Satisfacción del Cliente sobre la Fidelidad a los Servicios Oficiales de Postventa de Automoción Españoles*”, en la cual estudió las relaciones causales entre calidad de servicio, satisfacción del cliente, fidelidad a los talleres oficiales y la lealtad a la marca, teniendo en cuenta otros factores que puedan influir en dichas relaciones, llega a la conclusión que, la satisfacción y la calidad del servicio se relacionan de forma significativa y hay bastante fidelidad.

Aunque el análisis de los datos constata la existencia de una relación significativa entre calidad percibida y comportamiento del cliente, al estar sujeta a la influencia de múltiples variables adicionales que la condicionan y modifican, la relación no es fija o lineal, lo cual se verifica también en el caso de la postventa de automoción, donde los resultados del análisis llevan a intuir una relación regresiva. (p.430).

Civera (2008), en su tesis de doctorado “*Análisis de la Relación entre Calidad y Satisfacción en el Ámbito Hospitalario en Función del Modelo de Gestión Establecido*”, en la cual contrastó el modelo que determina las variables relacionadas con la calidad del servicio y con la satisfacción de los usuarios de un hospital, llegó a la conclusión que respecto a la dimensión de profesionalidad no existe diferencias significativas entre la valoración que realizan los encuestados de la profesionalidad de los médicos y del personal de enfermería, sin embargo deben establecer mecanismos necesarios a efectos de impulsar la formación continua de

sus profesionales, respecto a la confianza, empatía y capacidad de respuesta que inspira el personal médico las valoraciones son muy altas.(p.232).

B. A nivel nacional:

Costa (2017), en su tesis de maestría “*Calidad de servicio asociada a la satisfacción del usuario externo en el área de niños del servicio de medicina física del Hospital Regional Lambayeque Chiclayo-2017*”, determinó la asociación de la calidad de servicio con la satisfacción del usuario externo en el área de niños del servicio de medicina Física del Hospital Regional Lambayeque, utilizando el cuestionario SERVQUAL llegó a la conclusión que el nivel de asociación de la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios externos en el área de niños del Hospital Regional Lambayeque fue menor a 28,1% en relación al nivel de insatisfacción que es de 71,9%,indicando que es necesario un nivel de calidad en proceso de mejoría (mayor a 60% de insatisfacción), además el nivel de satisfacción del usuario del servicio de Terapia Física y Rehabilitación del HRL fue insatisfactorio en las dimensiones confiabilidad (67,30%), capacidad de respuesta (83,73%),seguridad (66,27%),empatía (69,5%)y aspectos tangibles (74,21%) . Recomendando que es necesario que se invierta en mejorar la infraestructura de los hospitales y servicios de cada región del país, así como la adquisición de nuevos equipos con tecnología de punta y materiales necesarios para así brindar una atención al usuario de mayor calidad y acorde a los avances de la ciencia y tecnología moderna además se debe enfatizar en programar actividades de capacitación continua al personal que labora en cada servicio y departamento del

Hospital Regional Lambayeque para mejorar los tratamientos y servicios que ofrece, con el fin de elevar el nivel de satisfacción del usuario.(p.65-66).

Podestá (2012), en su tesis de maestría “*Determinación de la Calidad de Atención en los Pacientes Quirúrgicos referidos al Hospital Es-Salud Vitarte*”, investigando la calidad de atención en los pacientes quirúrgicos referidos al hospital, llega a la conclusión que, con respecto a las dimensiones de aspectos tangibles, y sensibilidad, el nivel es no óptimo, en cuanto a la fidelidad y seguridad tiene un nivel no adecuado. Estos resultados obtenidos muestran que la calidad de atención de los pacientes quirúrgicos referidos, no han alcanzado el porcentaje necesario para ser considerados óptimos y la no satisfacción en cuanto a la fiabilidad, sensibilidad y empatía tiene que ver con la interrelación de los profesionales de la salud y el paciente.

Prieto (2013), en su tesis de maestría “*Elementos a tomar en cuenta para implementar la política de mejor atención al ciudadano a nivel nacional*”, estudió las políticas de atención al ciudadano, en la cual llega a las siguientes conclusiones: La política de mejor atención al ciudadano se vincula estrechamente con la nueva gestión pública, pues al igual que esta, buscar crear una administración eficiente y eficaz que satisfaga las necesidades de los ciudadanos.

Se orienta al ciudadano prestando interés a sus necesidades y derechos, haciendo óptimo uso de las tecnologías de la información. Implica el desarrollo de capacidades en el personal y gestiona la calidad del servicio otorgado. Además, indica que la perspectiva de ampliación del mejoramiento de atención al ciudadano

a nivel nacional contempla también lo propuesto por la Agenda Nacional de Competitividad, que establece entre las metas que ayuden a mejorar los servicios que presta el estado a ciudadanos y empresas, la incorporación de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado 10 servicios de alta demanda.

Este es un elemento clave de mejorar la atención al ciudadano, debido a la importancia que tiene el uso de tecnologías de la información en la innovación en la atención al ciudadano. además, la política de mejor atención al ciudadano es importante porque responde a una problemática de atención a ciudadanos y empresarios que registra regulares niveles de satisfacción, tiempos extendidos para los tramites, demanda priorizada de buen trato e información suficiente para los ciudadanos. Por estas razones y por la necesidad de hacer que los servicios sean de acceso universal, cobra importancia el escalar la experiencia a nivel nacional.

López (2018), en su tesis de maestría “*Satisfacción del usuario en el marco de la relación estado-ciudadanos: políticas y estrategias para la calidad de atención al contribuyente en el servicio de administración tributaria*”, realizó un estudio para determinar el grado de satisfacción de los usuarios en el marco de la relación entre Estado y ciudadanos, aplicando el estudio al caso de políticas y estrategias para la calidad de atención de los contribuyentes en el Servicio de Administración Tributaria de Lima .Concluyendo que después de la evaluación realizada a los usuarios, se determinó que el nivel de servicio que se brinda en el SAT de Lima presenta una brecha ligeramente negativa de -0,05, por tal motivo, se afirma que no existen diferencias significativas entre las 106 expectativas y las percepciones de los ciudadanos respecto a la calidad del servicio que se brinda en dicho centro ,además también

concluye que de los atributos, solo los relacionados a “Complejidad del servicio” y “Atención del personal” son los que presentan las brechas más significativas en sentido negativo. A partir de las brechas que se detectaron en el presente estudio, se planteó un nivel de prioridad acerca del orden de aplicación de mejoras por cada atributo en el siguiente orden: 1) Complejidad de la gestión, 2) Atención del personal, 3) Accesibilidad, 4) Infraestructura y 5) Tiempo.

C. A nivel local:

Romero (2017), en su tesis de maestría “*Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios del Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2015*”, estudió el nivel de satisfacción de los usuarios que reciben los servicios en el Centro de atención al Ciudadano, concluyendo que la satisfacción de los usuarios respecto a las dimensiones de Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía es regular, además los procedimientos del Centro de Atención al Ciudadano no son los muy idóneos, debido a que el personal no cumple con el perfil para brindar un servicio de calidad, también menciona que el software informático con el que se cuenta no satisface las necesidades de operaciones del personal.

Sánchez (2019), en su tesis de maestría “*Calidad de la Atención de Salud y Satisfacción del usuario externo. Centro de Salud Pachacútec. Cajamarca. 2017.*”, analizó la calidad de la atención de salud en relación a la satisfacción del usuario, concluyendo que los usuarios evalúan la atención como buena, sintiendo satisfechos con la atención de salud, además indica

que existe una relación significativa entre calidad de atención de salud y satisfacción del usuario externo del Centro de Salud Pachacútec.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Teoría de la Calidad

La calidad es fundamental para toda organización, ya que es el sello de garantía que la empresa ofrece a sus clientes, es el medio para obtener los resultados planeados, proporcionando satisfacción al consumidor como a los miembros de la organización. La calidad incluye todas las funciones y frases que interviene en la vida de un producto o servicio. Pone en juego todos los recursos necesarios para la prevención de los errores involucrando a todo el personal, teniendo en cuenta la totalidad de las necesidades de los clientes con el objetivo final de la satisfacción de sus necesidades y expectativas. (Quispe, 2015, p.33). Por su parte, la Real Academia de la Lengua Española la conceptualiza como: “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”.

Según Tigani (2006) la calidad es la medida de la dimensión en que alguna cosa satisface una necesidad, soluciona un problema o agrega valor para alguien. Las cosas tangibles pueden ser comparadas entre sí para observar su proximidad al ideal o standard, pero tratándose de servicio y de las diferentes percepciones de los clientes, la mayor calidad no la dará el apego a un standard,

sino la superación de las expectativas que cada cliente tenga de lo recibido. (p.25).

La calidad basada en el usuario implica la capacidad de satisfacer los deseos de los consumidores. La calidad de un producto depende de cómo éste responda a las preferencias de los clientes, por lo que se dice que la calidad es adecuación al uso. (Evans, James R.; Lindsay, William M., 2008, pág. 14) citado por (Quispe, 2015, p.34), la calidad se determina de acuerdo con lo que el cliente quiere. Las personas tienen distintos deseos y necesidades y, por tanto, diferentes normas de cantidad lo que nos lleva a una definición basada en el usuario: “la calidad es la adaptación al uso para el cual el producto se compra”, o la manera en que el producto cubre la función para la que está destinado.

El término calidad citado por (Romero, 2019, p.23) menciona que tiene diferentes definiciones, de acuerdo con el enfoque de cada teórico. Sin embargo, no quiere decir que existe una definición, sino varias, de acuerdo al punto de vista y estudio de cada investigador, las definiciones que existen son según el punto de vista que se tenga es por eso que en una publicación de (ADRA, 2001) “Control de Calidad” considera las siguientes definiciones: Crosby, P. menciona que la Calidad es cuando se enfocan en hacer las cosas bien desde la primera vez y así de esa manera todas las veces. C.F.E. Irapuato, Gto. La calidad es satisfacer las necesidades del cliente. Valdéz Buratti, Luigi. Calidad es un servicio que debe ser entregado a los clientes en el tiempo oportuno, cuando lo necesiten y en el lugar que ellos lo requieran.

2.3.1.1. Teoría de la calidad del servicio

Según Seto (2004) citado por (Velarde y Medina, 2016, p.23), menciona, que el tema de calidad del servicio desde ya bastantes años ha adquirido un fuerte protagonismo considerada, tanto por las empresas industriales como por las empresas de servicios, como un arma estratégica para poder sobrevivir en tanto desde el punto de vista académico como práctico y en el mercado y especialmente en entornos altamente competitivos. Así mismo (Velarde y Medina, 2016, p.23) cita a Hernández de la Cruz (2010), quien menciona que años más tarde durante la revolución, se inicia el desarrollo del control de la calidad abarcando todo este ciclo, en la primera etapa de desarrollo de calidad en la que surge el operador de la misma en este sistema, un trabajador o un pequeño grupo de trabajadores tenían la responsabilidad de manufactura completa del producto y por lo tanto cada uno de ellos podía controlar totalmente la calidad de su trabajo. La calidad del servicio, según Matsumoto (2014) es “La calidad es el resultado de todo un proceso que se obtiene después de una evaluación donde el consumidor compara sus expectativas en relación a sus percepciones” (p.184). Por otro lado, Thompson (2006) citado por (Velarde y Medina, 2016, p.26), menciona que puede ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes”.

La calidad en los servicios públicos según Casermeiro, Ssheuber y Varas(2016) afirman que es una exigencia constitucional y es una obligación irrestricta de la Administración Pública. Es además el recurso con que cuenta un Estado para compensar las desigualdades de la población a la que sirve, porque es la mayor probabilidad de que todos los ciudadanos reciban los mismos servicios. (p.12).

En el proceso de modernización del estado ,uno de los objetivos, es mejorar la calidad del servicio que se les brinda a los usuarios que realizan tramites en las instituciones públicas, esto implica diseñar y rediseñar los procesos en el trámite documentario ,para que sean más rápidos ,accesibles según las necesidades y expectativas del usuario; considerando para ello los canales de atención disponibles, los estándares de calidad de servicio aplicables, el uso de tecnologías de información y comunicación en la interacción con las personas o entre entidades públicas, y otros medios que aporten a mejorar la calidad del bien o servicio público. Para tal sentido la Secretaría de Gestión Pública de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), competente en calidad y atención al ciudadano , emitió la Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector Público la cual fue aprobada con Resolución de SGP N°006-2019-PCM/SGP

2.3.1.2. Enfoques de Calidad del Servicio

El modelo **SERVQUAL** desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1992), proponen 5 dimensiones para medir la calidad del servicio: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Además, Zeithaml, Parasuraman y Berry (citados por Matsumoto, 2014, p.186-187), proponen el modelo de las deficiencias o de las brechas para indicar las diferencias que existe entre los diferentes aspectos que tiene un servicio, por ejemplo, las necesidades de los clientes, las mismas experiencias que se tiene del servicio, así como las percepciones que tienen los trabajadores de las empresas en relación a los diferentes requerimientos que tienen los clientes. Las brechas identifican cinco distancias que ocasionan ciertos inconvenientes en la entrega del servicio y que de alguna manera influyen en la evaluación final que los usuarios puedan hacer a la calidad del servicio obtenido. El modelo **SERVQUAL** será utilizado en la presente investigación.

El modelo de Sasser, Olsen y Wyckoff (1978) citado por (Mónica Petracci, 1998, p.15) se enfoca en mostrar una hipótesis en la cual indica que el usuario traduce sus expectativas en ciertos atributos relacionados tanto al servicio principal así como a los diferentes servicios periféricos. En la evaluación del servicio, el cliente o usuario tiene opciones diferentes para optar por uno de los siguientes

enunciados: 1. Seleccionar un atributo único para tenerlo de referencia (este atributo debe ser aquel que para el usuario sienta que tiene un peso mayor que el que pueda tener el resto de los atributos del servicio); 2. Seleccionar un único atributo determinante con la condición de que el resto de atributos alcancen un mínimo de satisfacción; 3. Considerar el conjunto de los atributos según un modelo compensatorio.

El modelo de Grönross (1984), citado por (Mónica Petracci, 1998, p.15) menciona tres factores que determinan la calidad de un servicio: 1. La calidad técnica, la cual puede ser objeto de un enfoque objetivo de parte del cliente. El estudio se basa en las características principales al funcionamiento del servicio (como tiempo de espera, horario de apertura, para realizar un trámite, entre otros). De hecho estos aspectos técnicos mencionados no se refieren a especificidades técnicas referidas al funcionamiento del servicio que el mismo puede desconocer; 2. La calidad funcional (también conocida como calidad relacional) que resulta de la forma en que el servicio es prestado por el cliente (atención brindada por los empleados) y 3. La imagen de la institución o de la empresa que percibe el usuario, basada en sus experiencias anteriores, es el resultado de todo el conjunto de factores. De igual manera Grönross indica que la calidad funcional es más determinante respecto de la calidad técnica y que el encuentro entre el

cliente y el prestatario del servicio representa el fundamento de la calidad del servicio.

2.3.2. Teoría de Satisfacción al cliente

La satisfacción según el diccionario de la Real Academia Española es el sentimiento de bienestar que tiene el usuario el cual se consigue cuando se ha logrado cubrir una necesidad, también se interpreta como la respuesta acertada hacia una queja, duda o consulta. La satisfacción del usuario implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia organización sanitaria. Estos elementos condicionan que la satisfacción sea diferente para distintas personas y para la misma persona en diferentes circunstancias. (Quispe, 2015, p.56). La satisfacción del cliente Según (Kotler, 2001). “Define la satisfacción del cliente como el nivel de estado de ánimo en el que se encuentra un individuo como resultado de comparar el rendimiento percibido de un servicio o producto con sus experiencias obtenidas” (p.34).

Una norma centrada en el cliente son las normas ISO 9001, las cuales pueden ser aplicadas a todo tipo de organización y de todo tamaño, se enfocan principalmente en la satisfacción del cliente. En las normas técnicas para la gestión de la calidad de servicios en el sector público ,nos menciona que los conductores que impactan en la satisfacción de las personas son el trato

profesional durante la atención ,la cual se refiere a las acciones que realiza el al servidor público al momento de brindar el servicio o entregar un bien a través de sus diferentes canales de atención que se tenga, la información que se le brinda al usuario debería ser oportuno, claro y sencillo ,se hace mención también del tiempo que deben tomar los servidores para atender a los usuarios y brindar el servicio de forma correcta y por último la accesibilidad que deben tener los usuarios para poder acceder a los bienes y/o servicios que brinde la entidad

Según Velandia Salazar et al. citado por (Sánchez, 2019, p.30), se dice que la satisfacción es la resultante de un proceso que se inicia en el sujeto concreto y real, luego culmina en el mismo, por tal motivo es un fenómeno esencialmente subjetivo, desde su naturaleza hasta la propia medición e interpretación de su presencia o no. Sin embargo, para que exista satisfacción o insatisfacción, como algo sentido en un sujeto, muchas veces debe haber al menos una intención en otro de realizar una acción causante de un determinado resultado valorado como positivo o no, como “satisfactorio” o no.

Según (Romero,2017, p.38), la satisfacción que obtiene el usuario, es uno de los más importantes resultados, que obtiene la empresa luego de prestar servicios de buena calidad. Debido a que la satisfacción del usuario influye en el comportamiento del mismo, se podría decir que es una meta importante de lograr. La satisfacción del usuario de alguna manera puede influir en que el usuario procure o no una atención, la disposición que debe tener para pagar por los servicios recibidos, la intención de seguir las instrucciones del prestador de

servicios, la importancia para que el usuario vuelva o no al lugar donde recibió el servicio.

2.3.2.1. Enfoques de la satisfacción del cliente

Thompson (2006), indica que los elementos que conforman la satisfacción del cliente son: 1. **El Rendimiento Percibido:** El cual hace referencia al desempeño que el cliente considera haber obtenido después de que él adquirió un producto o servicio. Las características del rendimiento percibido es que se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa. 2. **Las Expectativas:** se refiere a las esperanzas que tienen en mente los clientes con la finalidad de conseguir algo. Menciona que las expectativas de los clientes nacen a causa de una o más de las siguientes cuatro situaciones: Las promesas que ofrecen las empresas en publicidad para ofrecer beneficios que brinda el servicio o producto. Las experiencias guardadas que haya tenido en algunas compras anteriores. Opiniones de diferentes familiares, amistades y líderes de opinión 3. **Los Niveles de Satisfacción** se obtienen después de realizar la compra de un servicio o producto, se menciona que los clientes experimentan diferentes niveles de satisfacción como son: **Insatisfacción**, el cual se origina cuando el desempeño que se ha percibido del producto no alcanza las expectativas que se hizo inicialmente el usuario. **Satisfacción**, origina cuando el desempeño percibido del servicio o producto coincide con

las expectativas que inicialmente se hizo el usuario. Complacencia, se origina cuando el desempeño percibido es mucho mayor a las expectativas que inicialmente tuvo el usuario. (p.10).

Las expectativas según Peralta(2006) es algo subjetivo que presenta el usuario ,tienen que ver con lo que ellos esperan recibir del servicio, de tal manera que si dan por aceptado la existencia de una calidad técnica y otra asociada a elementos intangibles o del proceso de prestación, entonces se podría hablar de expectativas tangible y otras intangibles, de igual manera es posible establecer diferencias entre expectativas cognitivas y expectativas efectivas .La escuela cognitiva de la psicología menciona que todo comportamiento esta dirigido al logro de una meta ,en tal sentido las necesidades y las experiencias del pasado son razonadas, categorizadas y transformadas en actitudes y creencias que influyen en el comportamiento, teniendo por consiguiente un rol en las expectativas del usuario. Se dice que, desde el punto de vista de la psicología cognitiva, la expectativa es definida como la evaluación subjetiva de la probabilidad de alcanzar una meta concreta.

La transparencia, para lograr la satisfacción de los usuarios es un tema muy abordado por la Secretaría de Gestión Pública-PCM con autoridad técnico normativa a nivel nacional, responsable de proponer, articular, implementar y evaluar la Política Nacional de

Modernización, menciona que la transparencia tiene que ver con el acceso a la información que se les debe brindar a los usuarios en el tiempo adecuado cumpliendo los requerimientos del usuario.

2.3.3. La calidad en relación con la satisfacción

Velandia, Ardón, y Jara(2007) afirman que: Las evaluaciones a través de las percepciones de los clientes, consumidores, usuarios o pacientes en la actualidad, son de uso muy frecuente, por parte de organizaciones, tanto privadas como públicas, de muy diversos sectores, incluido el ámbito sanitario. Los índices de calidad y de satisfacción, conforme el demandante es el juez final e inapelable de la gestión, constituyen uno de los principales activos sobre los cuales se basan las posibilidades de sostener la rentabilidad y el crecimiento de las empresas, o la confianza del ciudadano en los servicios que se le ofrecen. Lo que revelen las evaluaciones a través de las percepciones, ha de determinar en muy buena medida la capacidad competitiva de las empresas. Sin embargo, se debe tener claro qué se mide cuando se pregunta por la calidad o por la satisfacción, y cuál de los dos conceptos se debe usar en una situación específica, aunque se debe tener presente que no es fácil contar con medidas fiables y válidas de esos mismos constructos. (p.58).

Para mejorar la satisfacción de los usuarios, la PCM, se ha enfocado en mejorar la calidad del servicio a través del gobierno abierto, el cual es un modelo de gobernanza que promueve la transparencia buscando mayores canales de

comunicación para el acceso a la información, participación ciudadana, rendición de cuentas y la integridad que debe tener toda gestión pública.

2.4. Marco conceptual

A. Calidad del Servicio

a. Definición

La calidad de servicio según Zeithaml, Parasuraman, y Berry (1992), es “Una sentencia o actitud en relación con la excelencia en general o la superioridad del servicio global” (p.16). Los autores proponen la medición del cumplimiento y de la importancia de la calidad del servicio en **5 dimensiones:** tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

b. Dimensiones de la Calidad del Servicio

- **Elementos tangibles:** representan las características físicas y apariencia del proveedor, sus indicadores son :Instalación física, apariencia del personal y materiales que utilizan para la atención.
- **Fiabilidad:** es la habilidad que tiene el personal de la empresa para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada, sus indicadores son: profesionalidad, puntualidad, honestidad.
- **Capacidad de respuesta:** es la disposición que se tiene para ayudar a los usuarios y a la vez poder proveerlos de un servicio rápido, sus indicadores son el tiempo de respuesta, disposición y la habilidad para la atención.

- **Seguridad:** se refiere principalmente a los conocimientos que tiene el personal de la empresa para brindar servicios a los usuarios, también se refiere a la habilidad de los trabajadores de la empresa para inspirar confianza y credibilidad. En algunos tipos de servicios, la seguridad es el indicador que tiene el sentimiento de que el cliente está protegido en las actividades que realiza mediante el servicio, sus indicadores son la comunicación, la agilidad y la comprensión.
- **Empatía:** se refiere al grado de atención que ofrecen de manera personalizada las empresas a sus usuarios, sus indicadores son la atención personalizada, cortesía y amabilidad y las necesidades.

B. Satisfacción del Usuario

a. Definición

Duque (2005) considera que: El servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización. (p.65).

b. Dimensiones de la satisfacción del usuario

Se ha considerado las dimensiones citadas por (Ñahuirima, 2015, p.33).

- **Comunicación:** La comunicación es un factor clave para satisfacción de los clientes. La comunicación post venta no solo influye en la satisfacción, sino también en la intención de recomendación de recompra o consumo.

Según King (2012) citado por (Tintaya, 2018, p.42), manifiesta que la comunicación son todas las actividades realizadas por la organización, con la finalidad de crear y mantener las relaciones entre sus miembros, a través del buen uso de las tecnologías y diferentes medios de comunicación existentes en la organización. También menciona que Según Saló (2008) “es un proceso fundamental y complejo en las organizaciones: por lo que los directivos tienen que estar comprometidos con la idea de que la comunicación con los colaboradores resulta esencial para el cumplimiento de los objetivos empresariales”.

Para la Secretaría de Gestión Pública-SGP, la comunicación en el sector público es la manera como se informa a los ciudadanos, por eso debe ser clara, precisa y sencilla de entender, por eso ha ido implementando mediante la modernización del estado y el gobierno abierto plataformas que permitan mediante las tecnologías el acceso rápido y oportuno a la información.

- **Transparencia:** Se refiere al grado en el que el cliente percibe que no hay letras chicas ni información oculta. Sin transparencia no hay confianza y sin confianza todo se vuelve mucho más difícil en la relación entre empresa y el cliente.

Para la Secretaría de Gestión Pública-SGP, el cual es el órgano de línea de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), la transparencia, es un principio implícito aun cuando la Constitución no menciona expresamente la transparencia, se trata de un principio implícito; es decir, de un elemento que se encuentra ya comprendido de manera subyacente o implícita en otras normas de la Constitución. La transparencia se refiere básicamente al acceso a la información la cual debe ser de calidad, íntegra y entregada en el tiempo oportuno. De ahí que cuanto más transparente sea la gestión pública estaremos frente a administraciones más responsables y más comprometidas con los fines públicos.

- **Expectativas:** Las expectativas se refieren a las “esperanzas” que los usuarios tienen en mente para así poder conseguir algo. Las expectativas que tienen los usuarios se originan por diferentes situaciones, así como: las promesas que ofrecen las empresas sobre las características y funcionalidades acerca de los beneficios de sus productos o servicios, sus indicadores son: el nivel de satisfacción, tiempo de espera y experiencia en la atención.

Según Fornell (2005, p. 11) citado por (Chambilla, 2017, p.41), menciona que las expectativas de los clientes de alguna manera se refieren a las medidas e ideales en las cuales el cliente se anticipa para opinar sobre la calidad de los servicios o productos de una empresa y que las expectativas representan tanto la experiencia previa en el consumo, que incluye información no exclusiva como la publicidad y el boca a boca. También menciona que Kotler y Keller

(2012, p. 128) afirmaron: Que las expectativas se producen a partir de experiencias de compra previa, consejos de amigos y colegas y la información y promesas de la empresa y sus competidores. Es decir, entonces que, si las empresas elevan demasiado sus expectativas, es muy probable que el comprador termine decepcionado, y por el contrario si establecen expectativas demasiado bajas, no atraerán suficientes compradores

2.5. Definición de términos básicos

- **Cliente:** Todo ser humano que busca la ayuda de otro y que está dispuesto a pagar por algo que no puede o no desea hacer. (Vargas y Aldana, 2014, pag.75).
- **Complacencia:** Se origina en el momento que el desempeño percibido es mucho mayor a las expectativas del usuario. Según (Kotler, 1997, p.34).
- **Desempeño:** Logro de los Objetivos, forma como alguien trabaja o algo trabaja para alcanzar la efectividad. (Vargas y Aldana, 2014, pag.75).
- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente. (Kotler, 1997, p. 34).
- **Nivel:** Grado alcanzado por una magnitud en comparación con un valor que se toma como referencia. (Vargas y Aldana, 2014, p.75)
- **Productividad:** Relación entre la cantidad de un bien o servicio y la cantidad de factores que han servido para producirlo. La productividad se relación con la

capacidad de los recursos para producir o no los servicios necesarios. (Vargas y Aldana, 2014, pag76.).

- **Satisfaccion** Velandia, Ardón, y Jara(2007) dicen que la satisfacción es la resultante de un proceso que se inicia en el sujeto concreto y real, culmina en el mismo, y en tal sentido es un fenómeno esencialmente subjetivo, desde su naturaleza hasta la propia medición e interpretación de su presencia o no. No es una evaluación apenas desde lo personal, sino también desde lo social, desde y con el otro, desde lo que como sujetos pertenecientes a grupos sociales determinados sienten de un modo o de otro (p.12).

- **Servicio:** “Es cualquier actividad en la cual una de las partes involucradas ofrece a la otra; principalmente son intangibles por tal motivo no dan lugar de propiedad de alguna cosa.” (Kotler, 1997, p. 656).

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General

Existe una relación de asociación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018.

3.1.2. Hipótesis Específicas

H1. La calidad del servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca es deficiente.

H2. El grado de satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca es baja.

3.2. Variables

Variable X

Calidad del Servicio

Variable Y

Satisfacción del Usuario

3.3. Operacionalización de los componentes de las hipótesis

Tabla 1.

Operacionalización de los componentes de la hipótesis

Título: La calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018

Hipótesis	Definición conceptual de las variables/categorías	Definición operacional de las variables/categorías			Instrumento de recolección de datos
		Variables	Dimensiones	Indicadores	
Existe una relación de asociación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018.	Calidad de servicio "La calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización. El servicio y la atención de calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general".(Estrada,2007,p.9)	Variable X: Calidad de servicio	Capacidad de respuesta	Rapidez del servicio Disponibilidad para ayudar siempre Disposición para aclarar dudas Comunican cuando concluirá el servicio	Cuestionario
	Fiabilidad		Cumplen lo prometido Sincero interés por resolver problemas Realizar buen servicio desde la primera vez Información sin errores		
Seguridad	Comportamiento confiable de los empleados Clientes se sienten seguros Amabilidad de los empleados Conocimiento suficiente de los empleados				
Empatía	Atención personalizada Interés y preocupación por los clientes Comprenden las necesidades del cliente Enfocados en el servicio				
Elementos tangibles	Apariencia de equipos Instalación física Apariencia o aspecto del personal Materiales asociados al servicio				
Satisfacción del usuario Peralta (2006) la define como" Las expectativas asociadas al consumo o servicio y su confirmación o no confirmación " (P.22)	Variable Y: Satisfacción del usuario		Transparencia	Acceso a la información Precio de los servicios Confianza en la información	
			Expectativas	Tiempo de atención Nivel de Satisfacción Trato recibido	
			Comunicación	Horarios de atención Tramites en línea Atención de reclamos	

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica

Región : Cajamarca

Provincia: Cajamarca

Distrito : Cajamarca

Localización: Municipalidad Provincial de Cajamarca

Av. Alameda de los Incas S/N Complejo Qhapac Ñam



Figura 1. Ubicación de la Municipalidad. Provincial de Cajamarca

Fuente: Google Maps

4.2. Diseño de la investigación

Es un diseño no experimental, según Hernández, Fernández y Baptista (2003) “La investigación no experimental se define como la investigación que se hace definitivamente sin manipular las variables de forma deliberada, de forma intencional no varía a las variables independientes, más bien lo que se hace es observar tal y como se presenta un fenómeno en su contexto natural para luego analizarlos”. (p.52).

Por su temporalización es transversal, porque “Se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. El propósito es analizar y describir variables en un momento dado” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p.52).

El diseño descriptivo simple para el estudio es el siguiente:

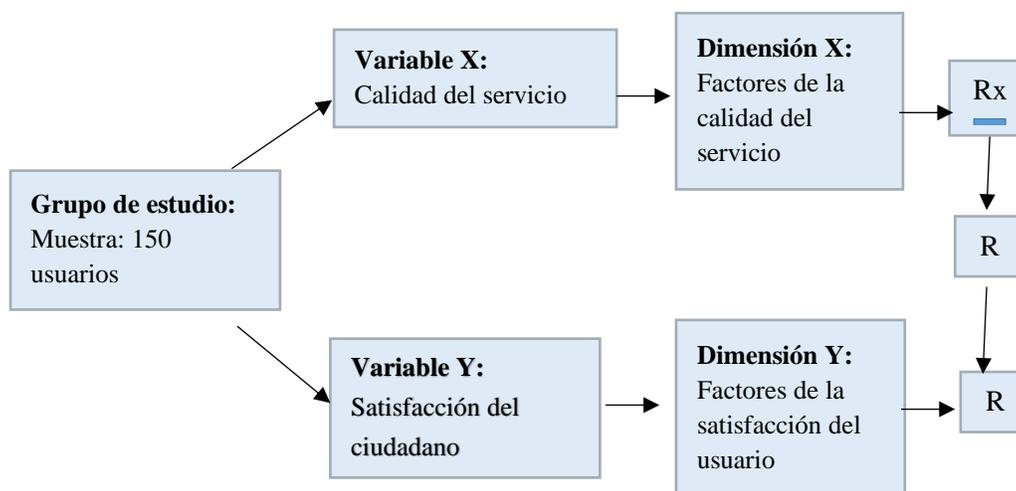


Figura 2. Diseño de la investigación

4.3. Métodos de investigación

Para el presente trabajo de investigación se utiliza el método científico considerando los siguientes métodos:

4.3.1. Métodos Generales

- **Método Deductivo – Inductivo:** para Maya (2014, p.14) define al método deductivo como la forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares. En la investigación científica, este método tiene una doble función ``encubrir consecuencias desconocidos de principios conocidos (Cano, 1975, p. 42), a la vez define al método inductivo como el razonamiento mediante el cual, a partir del análisis de hechos singulares, se pretende llegar a leyes. Es decir, se parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión.

En la presente investigación se partió de las teorías sobre calidad del servicio y la satisfacción del usuario, luego se observó las dimensiones de la calidad del servicio de los trabajadores y las dimensiones de la satisfacción de los usuarios que realizan trámites en el Centro de Atención al Ciudadano, para formular hipótesis que puedan responder a los problemas que se observaron, y luego poder deducir los posibles resultados y finalmente poder verificar dichos supuestos.

- **Método Analítico – Sintético:** para Gutiérrez- Sánchez (1990, p.133) citado por (Maya,2014, p.13), define al método analítico como aquel “que distingue las

partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de los elementos por separado, y al método sintético lo define como aquel que analiza y sintetiza la información recopilada, lo que permite ir estructurando las ideas”. También mencionan que el análisis y la síntesis son métodos que se complementan entre sí; no se da uno sin el otro.

En la presente investigación se desarrolló el análisis para valorar y conocer las particularidades de cada variable, la calidad del servicio descompuesto en sus dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, empatía, seguridad y capacidad de respuesta y sus respectivos indicadores; así mismo la variable satisfacción del usuario descompuesto en sus dimensiones: transparencia, expectativas y comunicación y sus respectivos indicadores. Simultáneamente a través de la síntesis, se recomponen e integran los resultados de lo analizado para presentarlos finalmente en las conclusiones.

4.3.2. Métodos Particulares

- **Descriptivo:** Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) “Los estudios buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p.117).

Este método ha permitido describir de manera sistematizada cómo son y cómo se manifiestan las situaciones, contextos y eventos de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de manera detallada. También nos ha permitido busca y evaluar algunas características, describir el comportamiento de los

trabajadores del Centro de Atención al Ciudadano y de los usuarios que realizan trámites en dicho centro, lo cuales han sido sometidos a un análisis. Es decir, únicamente se pretende medir o recoger información de manera directa sobre los conceptos o las variables en estudio.

- **Estadístico:** Según Salas (2018) “ El método estadístico se utiliza para recolectar, organizar, resumir, presentar y analizar datos, así como para obtener conclusiones válidas y tomar decisiones razonables con base en este análisis. (P.3).

El método estadístico se ha utilizado en la presente investigación para establecer una secuencia de procedimientos para planificar la investigación, luego se ha utilizado para obtener datos de una muestra de 150 usuarios. Esta información recopilada tiene como propósito la comprobación de la hipótesis general de la investigación. Mediante este método se ha procedido a la revisión, clasificación y cómputo numérico de la información recogida, luego se ha procesado la información y se ha podido presentar de manera ordenada en cuadros, gráficos y/o tablas para su respectivo análisis y discusión.

4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación

4.4.1. Población

La población está formada por los usuarios que realizan trámites en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

N=Indeterminado (No se conoce)

4.4.2. Muestra:

Es una muestra por conveniencia, no probabilística tipo censo es decir se entrevistó a todos los usuarios que realizan el trámite los días lunes. n=150.

El dato de 150 usuarios, es un dato promedio obtenido de la base de datos del sistema de trámite documentario del C.A.C de los trámites que se realizan en una semana, siendo los días lunes los días en que se realizan más atenciones.

4.4.3. Unidad de análisis:

Los usuarios que realizan trámites en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

4.4.4. Unidades de Observación:

Las unidades de observación son las variables, las dimensiones e indicadores de las variables consideradas en la matriz de operacionalización

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

- **Fichaje:** La técnica del fichaje es utilizada para recopilar y registrar información que consideramos importante para el presente trabajo de investigación. Según Bavaresco (2013) “El fichaje es la técnica de investigación bibliográfica que nos permite recolectar y ordenar información de diferentes autores. En nuestro trabajo utilizaremos fichas bibliográficas para el registro de la información de los libros.
- **Encuesta:** Se utilizó la técnica de encuesta, a través de un cuestionario, el cual fue aplicado un día lunes a un número de 150 usuarios, el personal de ventanilla del Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca

apoyó para la realización de la encuesta la cual se realizó en un sólo día. Las preguntas elaboradas fueron de tipo cerradas, de fácil comprensión y aplicación, las cuales están estructuradas de la siguiente manera: 04 preguntas para cada dimensión de la variable calidad del servicio y 03 preguntas para cada dimensión de la variable satisfacción del usuario; cada pregunta tuvo una codificación numérica para el proceso de la información, el que permitió conocer los resultados porcentuales para ser analizados y explicados.

Para valorizar cada ítem, se maneja una escala de Likert del 1 al 5, en donde, Malave (2007) citado por (González y Zurita, 2017, p.342) lo describe como uno de los métodos más conocidos para medir a escala variables que constituyen actitudes en base a la siguiente ponderación: Totalmente en desacuerdo con una ponderación de 1; En desacuerdo con una ponderación de 2; Ni de acuerdo ni en desacuerdo con una ponderación de 3; De acuerdo con una ponderación de 4; Totalmente de acuerdo con una ponderación de 5.

Para calificar cada dimensión se ha considerado los siguientes rangos: de 1 a 3 una calificación deficiente, de 3 a 4 una calificación regular y de 4 a 5 una calificación bueno.

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

El procesamiento de la información obtenida, se realizó de manera computarizada, utilizando para tal efecto los paquetes estadísticos como es el Excel, Word, procesador de textos. El procesamiento de los datos cualitativos tiene sus

propios centrales: darles orden a los datos, organizar las unidades, las categorías, los temas y los patrones, comprender en profundidad el contexto que rodea los datos, describir las experiencias de las personas estudiadas, en su lenguaje y con sus expresiones. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p.55).

Para realizar el análisis, interpretación y discusión de los resultados obtenidos en el procesamiento de los datos, se utiliza, tablas y figuras, de tal manera que la información que se tenga se encuentre organizada.

4.7. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 2

Matriz de consistencia metodológica

Título: La calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018						
Formulación Del Problema	Objetivos	Hipótesis	Operacionalización de Variables	Instrumento De Recolección De Datos	Metodología	Población Y Muestra
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Variable X: Calidad del Servicio DIMENSION DX1: Factores de Calidad del Servicio INDICADORES IX1: Elementos Tangibles IX2: Fiabilidad IX3: Empatía IX4: Seguridad IX5: Capacidad de Respuesta Variable Y: Satisfacción del Usuario DIMENSION DY1: Factores de Satisfacción INDICADORES IY1: Transparencia IY2: Expectativas IY3: Comunicación	Cuestionario	Métodos: se utiliza el método científico que incluye los Métodos Generales (Deductivo-Inductivo y Analítico Sintético) y Métodos Particulares (Descriptivo-Estadístico)	Ciudadano
¿De qué manera se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018?	Analizar la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018 para establecer la relación con la satisfacción de los usuarios.	Existe una relación de asociación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018.				
Problemas Auxiliares	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas				
a. ¿Cómo es la calidad de servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?	a. Analizar la calidad del servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.	a. La calidad del servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca es deficiente.				
b. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?	b. Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.	b. El grado de satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca es baja.				
c. ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?	c. Establecer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca					

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. CALIDAD DEL SERVICIO

En la siguiente imagen se muestra un consolidado de los valores promedios de calificación obtenidos de las dimensiones de la calidad del servicio, los datos son obtenidos de los resultados del cuestionario el cual se encuentra en el apéndice 2.

	CAPACIDAD DE RESPUESTA				FIABILIDAD				SEGURIDAD				EMPATÍA				ELEMENTOS TANGIBLES			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
	3.27	3.1	3.1	1.01	2.9	3.19	4.9	3.27	3.15	3.17	3.01	3.27	3.25	3.17	3.09	3.09	3.69	3.69	2.97	1.41
PROMEDIO	2.6				3.6				3.1				3.2				2.9			

Figura 3. Resumen de la calificación de las dimensiones de la calidad del servicio

Fuente. Apéndice 2.

5.1.1. DIMENSIÓN X1: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Tabla 3
Dimensión Capacidad de Respuesta

ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
RAPIDEZ DEL SERVICIO	4	2.70%	30	20%	48	32%	57	38%	11	7.30%
DISPONIBILIDAD PARA AYUDAR SIEMPRE	4	2.70%	34	22.70%	59	39.30%	51	34%	2	1.30%
DISPOSICIÓN PARA ACLARAR DUDAS	8	5.30%	29	19.30%	61	40.70%	46	30.70%	6	4%
COMUNICAN CUANDO CONCLUIRÁ EL SERVICIO	148	98.70%	2	1.30%	0	0%	0	0%	0	0%

Fuente: Encuesta MPC 2018

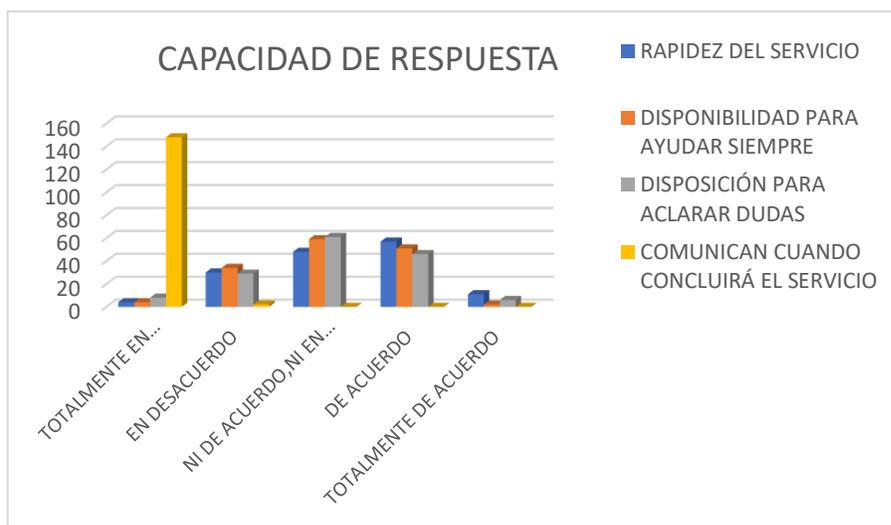


Figura 4. Dimensión capacidad de respuesta.

Fuente: Tabla 3

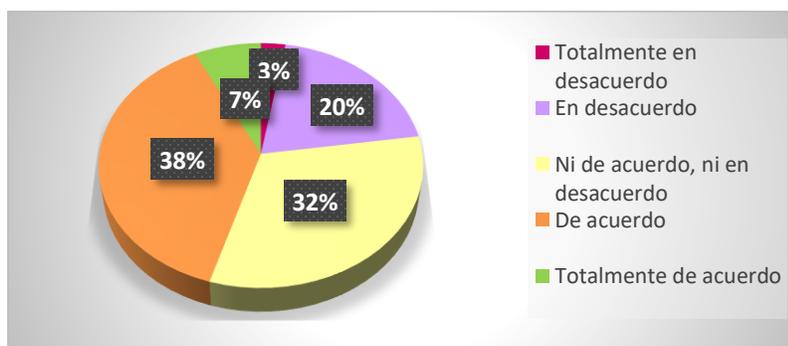


Figura 5. Rapidez del servicio

Fuente: Tabla 3

La rapidez en la atención del servicio brindado por el personal del CAC de la MPC, según la opinión de los usuarios que realizan trámites en dicho centro, ha alcanzado una medición del 38%, el cual significa que la mayoría de los usuarios opinan que la rapidez de la atención es regular pues no alcanza ni siquiera el 50% de una opinión favorable, la demora se encuentra en ventanilla ya que para el orden de atención se realiza mediante un sistema de colas , el 20% de los usuarios confirman la demora en la atención, mientras un 7% están conformes con el tiempo de atención, se tiene un porcentaje del 32% que opinan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo eso significa que les es indiferente el tiempo que les demoran en atenderlos.

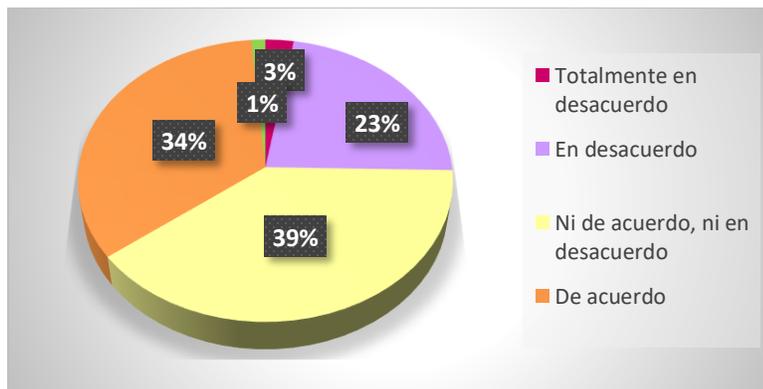


Figura 6. Disposición del personal para ayudar.
Fuente: Tabla 3

En cuanto a la disposición que tiene el personal del CAC de la MPC para atender a los usuarios, hay un porcentaje elevado de indiferencia ya que el 39% de los usuarios califican estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que no están conformes con la atención y sienten que no han sido escuchados ,por tal razón no califican con un porcentaje mayor, esto lo confirma el resultado de los que están

en desacuerdo que es el 23% de los usuarios, en cambio el 34% tienen la percepción que el personal del CAC ha estado dispuesto a ayudarlo en todo momento, sin embargo como vemos es un porcentaje bajo de aceptación.

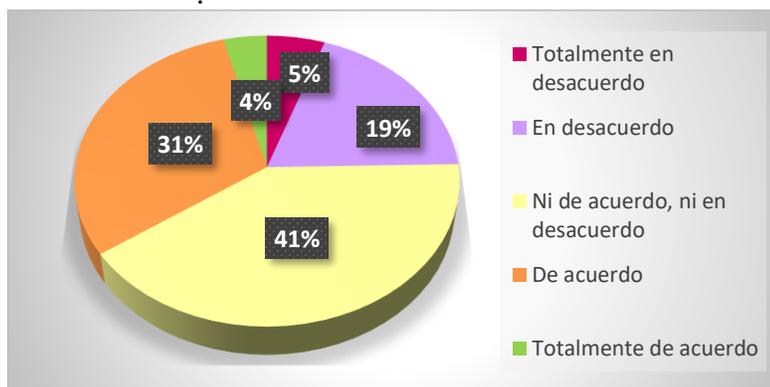
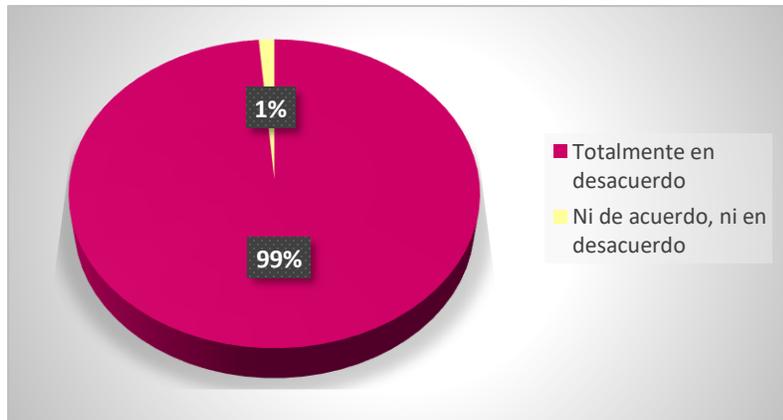


Figura 7. Aclaración de dudas.
Fuente: Tabla 3

Según los resultados que se pueden ver en la figura 6, se tiene un alto porcentaje de una respuesta indiferente, ya que el 41% de los usuarios tienen una respuesta de estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto si el personal del CAC aclaran sus dudas, esto significa que los usuarios en su mayoría van en busca de pedir información y aclarar sus dudas, sin embargo sienten que salen sin respuestas claras, esto lo confirma el 19% de los usuarios que tienen la percepción que no les aclaran sus dudas, y un 31% opinan que si se interesan en aclarar sus dudas.



*Figura 8. Comunican cuando termina el trámite de su expediente.
Fuente: Tabla 3*

El 99% de los usuarios indican que no les comunican cuando termina el trámite de su expediente, esto sucede porque no hay una persona específica para que realice este tipo de trabajo, ni un sistema que de manera automática se informe al usuario cuando ya ha finalizado el proceso de su trámite, y un porcentaje muy bajo que es el 1%, dice que si les informan cuando ha finalizado su trámite.

➤ **DISCUSIÓN DE LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA**

Con respecto a la dimensión capacidad de respuesta en nuestra investigación obtenemos un valor promedio de 2.6, indicándonos que la percepción de los usuarios que realizan tramites en el CAC de la MPC, es que la capacidad de respuesta es deficiente. Como se sabe la atención al ciudadano es la manera que tiene el estado para vincularse con la población a través de los diferentes servicios que ofrece, por lo tanto, es importante que en el CAC de la MPC brinden un servicio de manera rápida, considerando que muchas personas vienen de lugares alejados a dicho centro para realizar sus trámites, sin embargo,

no siempre son atendidos en el mismo día, ocasionando pérdida de tiempo al usuario y gastos económicos en cuanto a desplazamiento. alimentos y/o hospedaje.

Prieto (2013,p.13) menciona que las Administraciones Públicas están al servicio de los ciudadanos, por lo que deben dar preferencia a la satisfacción de sus necesidades y expectativas, agilizando la atención al usuario , simplificando procesos ,aumentando ventanillas únicas de atención ,logrando ahorros para el ciudadano en la prestación de servicios y brindando una atención de calidad con una actitud proactiva, además deben ofrecer más y mejores canales de interacción entre el ciudadano y el estado, aplicando protocolos de servicio de calidad y aprovechando las tecnologías de la información .

Resultados similares muestra Álvarez (2012) en su investigación, en la cual expresa que los usuarios opinan que la rapidez del servicio es mucho peor al que esperaba ya que presenta mayor insatisfacción porque concentra el 25,03 en la categoría servicio peor al que esperado, teniendo que esperar demasiado tiempo y hacer largas colas para llegar a caja. Por otro lado, Civera (2008) llega a resultados completamente diferentes en la cual indica que el personal que atiende en el hospital Alzira cuenta con políticas de gestión empresarial y realizan procedimientos normalizados de trabajo que permiten agilizar la atención a los usuarios, brindar información clara, agilizar sus trámites y sobre todo resalta la amabilidad del personal, que conlleva a brindar una atención sanitaria de calidad para el usuario.

Los usuarios que realizan tramites en el CAC de la MPC también tienen la percepción que los trabajadores no tienen la disponibilidad ni la disposición para ayudarles, ni para aclarar sus dudas. El personal de CAC debe valorar a los usuarios, mostrarles una especial consideración para estar dispuestos a atenderlos en todo momento y brindarles la información necesaria para aclarar todas las dudas respecto a cualquier tema que sea de interés para el usuario.

Con respecto a si el personal indica cuándo terminará el servicio, se muestra un desacuerdo casi total, pues si su trámite no se soluciona en ese mismo día, el usuario tiene que regresar las veces que sean necesarias hasta lograr tener una respuesta. Según Fernández (2008, p.6) citado por PODESTA menciona que se deben incluir las tecnologías de la información para aumentar los canales de comunicación, agilizar los trámites, reducir tiempo y costos en la atención al usuario.

5.1.2. DIMENSIÓN X2: FIABILIDAD

Tabla 4
Dimensión Fiabilidad

ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
CUMPLEN LO PROMETIDO	9	6.00%	33	22%	79	53%	22	15%	7	4.70%
SINCERO INTERÉS POR RESOLVER PROBLEMAS	2	1.30%	23	15.30%	83	55.30%	30	20%	12	8.00%
Atención en orden de llegada	0	0.00%	0	0.00%	2	1.30%	11	7.30%	137	91%
INFORMACIÓN SIN ERRORES	6	4.00%	18	12.00%	65	43%	52	35%	9	6%

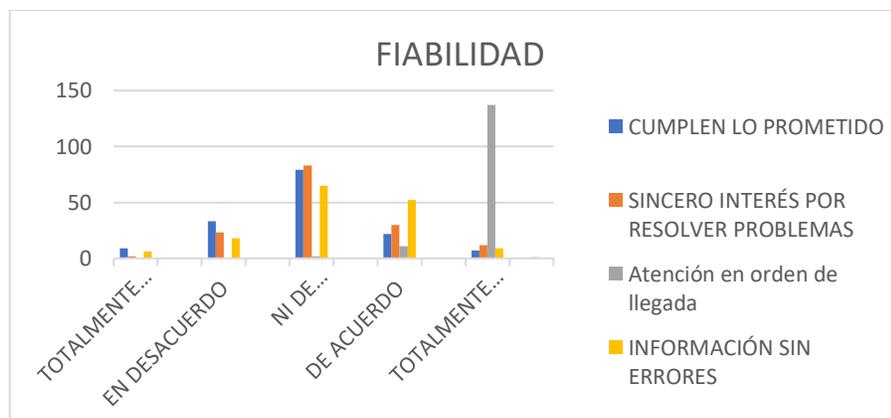


Figura 9. Dimensión Fiabilidad.
Fuente: Tabla 4

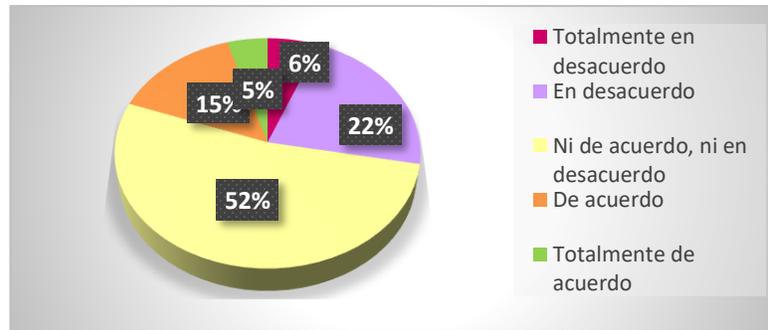


Figura 10. Los servicios son ejecutados en el tiempo prometido.
Fuente: Tabla 4

En la distribución de los valores referida a si los servicios que se ofrecen son ejecutados en el tiempo establecido, se observa que predomina la alternativa Ni de acuerdo, ni en desacuerdo con una valor del 52%, esto significa que hay una gran indiferencia, pues los usuarios sienten que el personal de CAC de la MPC, se demoran en atender en un tiempo mayor a lo ofrecido , el 22% apoya estar en desacuerdo, confirmando que el personal no cumple con lo prometido en cuanto a la atención del servicio, mientras que un 15% están totalmente de acuerdo y un 5% de acuerdo que los servicios si se cumplen en el tiempo prometido.

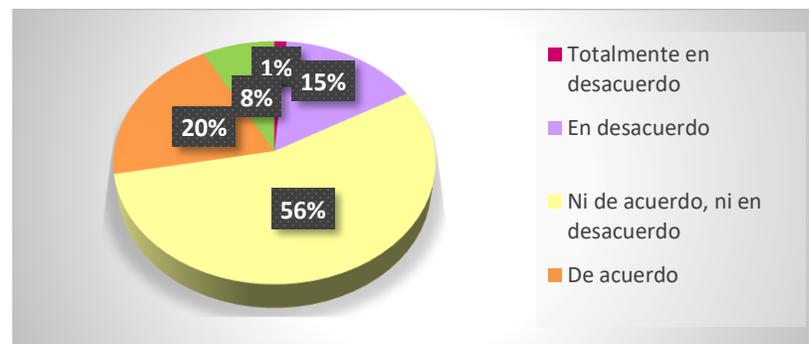


Figura 11. Interés del personal para solucionar problemas.
Fuente: Tabla 4

En la distribución de los valores referida a si el personal mostró interés por querer solucionar sus problemas, se muestra que el el 56% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mostrándose un descontento en la mayoría de los usuarios ,pues con esos resultados se evidencia que los usuarios sienten un gran desinterés por parte del personal que les atiende, sin embargo un 20% está de acuerdo, en que si se les apoya en la solución de sus problemas, apoyando dicha respuesta hay un 8% de los usuarios que confirman lo mismo indicando estar totalmente de acuerdo .

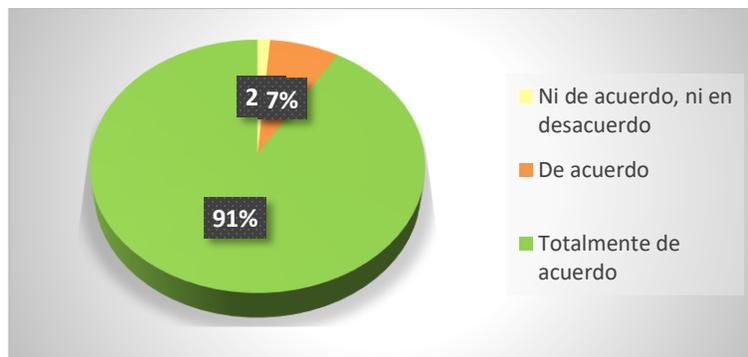


Figura 12. La atención es de acuerdo al orden de llegada.
Fuente: Tabla 4

Los resultados obtenidos referidos a si el personal le atendió respetando el orden de llegada, se muestra en un 91% de los encuestados que afirman estar totalmente de acuerdo, esto se debe a que existe un sistema de colas en el que se van imprimiendo los tickets conforme van llegando y se le va atendiendo en ese orden, el 7% está de acuerdo y el 2% opinan estar Ni de acuerdo ni en desacuerdo, probablemente no le tomaron mucha importancia al tiempo de atención.

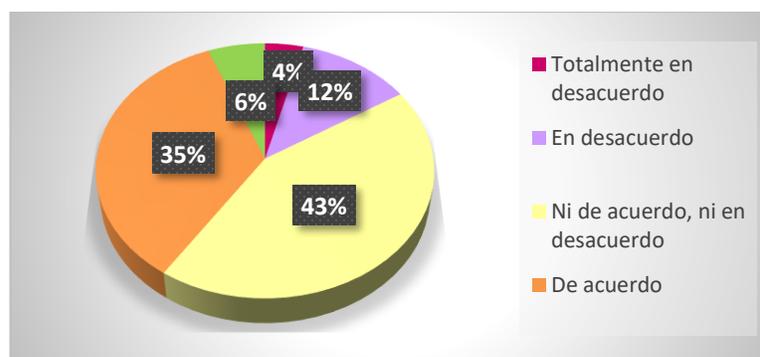


Figura 13. La información brindada no muestra errores.

Fuente: Tabla 4

Con respecto a si la información brindada no muestra errores, tenemos un 43% de usuarios que afirman estar Ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir que en su mayoría los usuarios no están del todo satisfechos como para hacer una calificación mayor ,si bien es cierto han recibido la información solicitada pero probablemente encontraron que no estaba completa o de manera clara para que sea fácil de entender, el 35% está de acuerdo que si ha recibido información que ha estado completa y entendible, mientras que un 12% tienen la percepción que la información recibida a tenido errores y esta opinión es confirmada con el 4% que están en desacuerdo.

➤ **DISCUSIÓN DE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD**

El mayor valor obtenido en las dimensiones de la calidad del servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca corresponde a la dimensión de fiabilidad la cual es regular según el valor obtenido de 3.6 , éste resultado demuestra que

los usuarios valoran más los aspectos como, el cumplimiento del servicio en el tiempo prometido, el sincero interés para solucionar problemas, el buen servicio desde la primera vez y que la información sea entendible, con respecto a esta dimensión Civera (2008) en su investigación en el ámbito hospitalario, obtiene resultados superiores con un valor de 4.3 lo que demuestra que según la percepción de los pacientes que asisten a dicho hospital se cuenta con procesos que permiten darle al usuario un mayor grado de confianza, a resultados similares llega Costa (2017) en la cual la dimensión de fiabilidad es una de las que tiene el mayor porcentaje con un valor de 32.7% indicando que los usuarios dan mayor valor a los aspectos como la solución de sus problemas y que la información que se les brinda sea entendible .

También se puede indicar que hay un alto grado de conformidad de los usuarios que realizan tramites en el CAC de la MPC en el orden de la atención, esto se debe a que hay un sistema de colas para atender conforme van llegando los usuarios, de esta manera podemos ver como las tecnologías de la información apoyan para brindar un servicio más eficiente y de calidad. Para (Prieto,2013, p.74) menciona que la política de mejor Atención al Ciudadano se vincula estrechamente con la Nueva Gestión Pública pues, al igual que esta, busca crear una administración eficiente y eficaz que satisfaga las necesidades de los ciudadanos. Se orienta al ciudadano prestando interés a sus necesidades y derechos, haciendo óptimo uso de las tecnologías de la información.

Por su parte (Romero,2017,p.76) menciona que en la dimensión fiabilidad un 50.23% de los usuarios encuestados, opinaron que el servicio brindado se desarrolla en un tiempo aceptable; el servidor muestra interés para solucionar el problema del usuario el 48.39% piensa que de alguna manera su problema no le es del todo indiferente al servidor y que éste trata de solucionarlo; El 53.00% de usuarios que fue por primera vez al CAC cree que el servicio fue regular, esto se debe a que los usuarios llegan con una idea de que el servicio en el CAC es malo pero luego de su primera experiencia les parece aceptable.

La Secretaría de Gestión Pública de la Presidencia del Concejo de ministros lidera programas de reconocimiento a la dedicación mediante incentivos no económicos y talleres de sensibilización para los servidores públicos, el objetivo es lograr que estén comprometidos con su trabajo y estar siempre dispuestos ayudar a los usuarios de una manera activa y eficiente.

5.1.3. DIMENSIÓN X3: SEGURIDAD

Tabla 5
Dimensión Seguridad

ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
COMPORTAMIENTO CONFIABLE DE LOS EMPLEADOS	0	0.00%	32	21%	64	43%	53	35%	1	0.70%
CLIENTES SE SIENTEN SEGUROS	0	0.00%	31	20.70%	65	43.30%	52	35%	2	1.30%
AMABILIDAD DE LOS EMPLEADOS	23	15.30%	10	6.70%	70	46.70%	40	26.70%	7	5%
CONOCIMIENTO SUFICIENTE DE LOS EMPLEADOS	6	4.00%	18	12.00%	65	43%	52	35%	9	6%



Figura 14. Dimensión Seguridad.
Fuente: Tabla 5

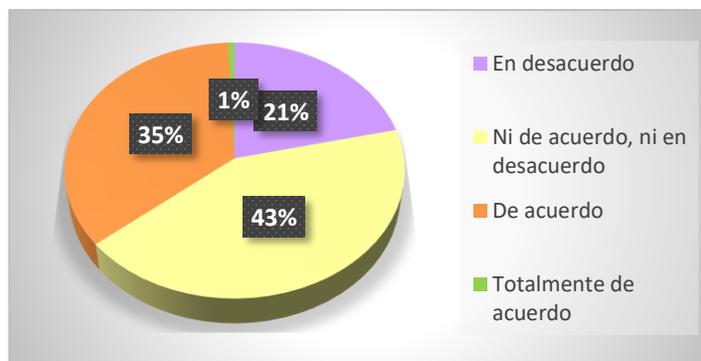


Figura 15. El personal inspira confianza.
Fuente: Tabla 5

En el gráfico se muestra la distribución de los valores referida a si el personal que le atendió le inspiró confianza, donde el 43% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir que la comodidad y el hecho de sentirse bien no es un tema relevante, el 35% está de acuerdo que el personal si le inspira confianza, se sienten cómodos como para preguntar cualquier tema de su interés , un 21% están en desacuerdo, no se sienten en confianza cuando acuden a realizar sus trámites quedando muchas veces descontentos.

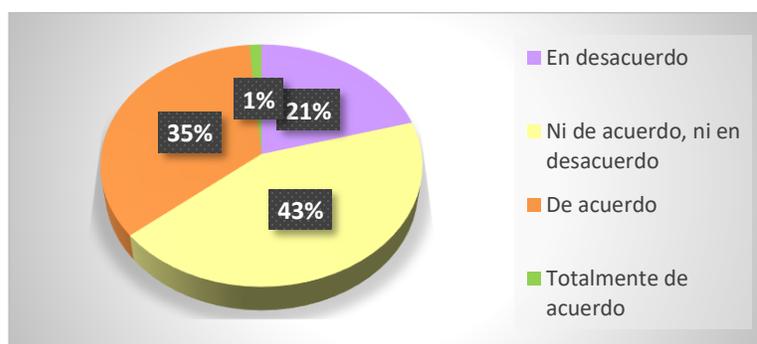


Figura 16. Se sintió seguro al brindar información solicitada por el personal que le atendió.
Fuente: Tabla 5

En el gráfico se muestra la distribución de los valores referida a si el personal que le atendió le inspiró confianza, donde el 43% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir que cuando les piden información a los usuarios ellos responden sin tomarlo mucha importancia y sin preocuparse si es seguro o no brindar información solicitada por el personal del CAC de la MPC ,el 35% está de acuerdo que si se siente seguro al brindar información mientras que un 21% están en desacuerdo, no se sienten seguros al responder a las preguntas del personal.

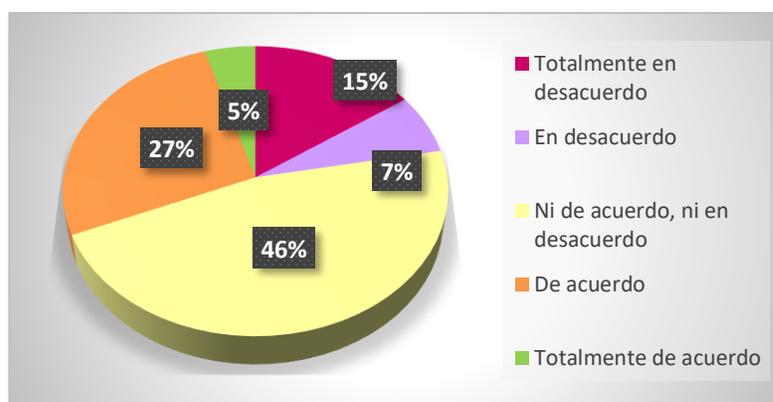


Figura 17. El personal le trató con amabilidad.
Fuente: Tabla 5

En la figura se muestran la distribución de los valores referida a si el personal le trató con amabilidad, donde el 46% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que los usuarios no les interesa mucho si el personal del CAC de la MPC son amables ,o si les tratan con cariño y respeto , el 27% está de acuerdo en que personal les brinda un trato amable , mientras que un 15% están

totalmente en desacuerdo, probablemente tuvieron una mala experiencia con el trato brindado por el personal del CAC.

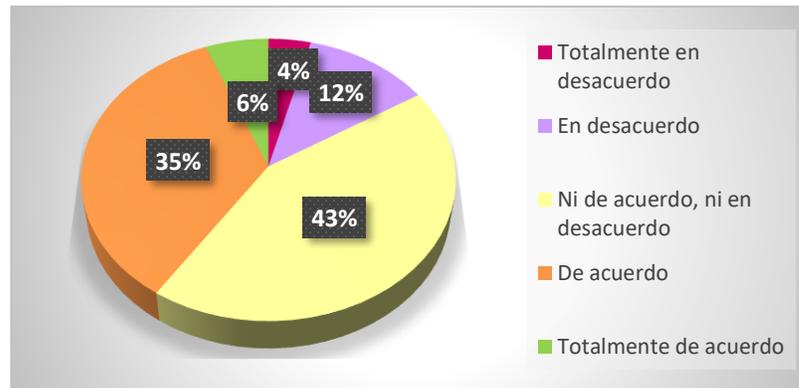


Figura 18. El personal contó con los conocimientos necesarios para responder a sus preguntas.

Fuente: Tabla 5

En la figura se muestran la distribución de los valores referida a si el personal contó con los conocimientos necesarios para responder a sus preguntas, donde el 43% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que a la mayoría de los usuarios no valoran que el personal del CAC de la MPC esté capacitado para brindarles una atención de calidad, el 35% está de acuerdo en que el personal si está capacitado para cumplir de una manera eficiente su trabajo, mientras que un 4% están totalmente en desacuerdo, en que el personal este capacidad para realizar sus funciones.

➤ **DISCUSIÓN DE LA DIMENSIÓN SEGURIDAD**

Con respecto a la dimensión seguridad en nuestra investigación obtenemos un valor promedio de 3.1 indicándonos que la percepción de los usuarios que realizan tramites en el Centro de Atención al Ciudadano en cuanto a aspectos como amabilidad del personal, comportamiento confiable y el conocimiento que tiene el personal para brindarles la atención necesaria son regulares, a similares resultados llega Civera (2008) en cuanto a la atención en el ámbito hospitalario en la cual obtuvieron un resultado bajo por lo que en su investigación indica que en dicha institución tienen que establecer adecuadas pautas de comportamiento de su personal desarrollando un conjunto de actitudes y aptitudes de humanización especialmente por parte del personal sanitario a efectos de incrementar la calidad del servicio y la confianza de los pacientes.

A diferentes resultados llega Costa (2017) ya que en su investigación la dimensión de seguridad es una de las que tiene el mayor porcentaje (33.7%), indicando que la amabilidad del personal y la seguridad que se les brinda a los usuarios son los aspectos más resaltantes en cuanto a la calidad del servicio.

Es importante que las instituciones públicas capaciten de manera continua a los servidores públicos que tienen contacto con el ciudadano para que presten un servicio eficiente, confiable y un trato amable a los

usuarios. López (2018) indica que un personal capacitado va a tener el conocimiento para orientar de una manera adecuada y oportuna a los usuarios frente a sus inquietudes sobre los procesos a seguir, tiene actitud de servicio y va a saber manejar de una manera tranquila y eficaz situaciones incómodas dándole prioridad al usuario y no tomándolo de una manera personal.

Con respecto a tener un personal capacitado, Prieto menciona sobre el problema de la constante rotación de personal, refiriéndose que los que son inicialmente capacitados en temas de protocolo de atención al usuario, ya no estarán, perdiéndose este conocimiento sobre servicio diferenciado. por lo que todos los servidores públicos deben estar capacitados para brindar una atención de calidad a los ciudadanos.

Romero (2017) indica que en la dimensión seguridad los usuarios sienten cierta seguridad de que los servidores los atenderán correctamente, debido a que en su mayoría los usuarios hacen trámites sencillos y comunes; por otro lado, un 41.47% de los encuestados manifestó que los servidores del CAC en su mayoría son amables con ellos. Un 48.39% perciben que los servidores conocen perfectamente los trámites comunes, pero desconocen los de mayor complejidad.

5.1.4. DIMENSIÓN X4: EMPATÍA

Tabla 6
Dimensión Empatía

ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
ATENCIÓN PERSONALIZADA	6	4.00%	18	12%	65	43%	52	35%	9	6.00%
INTERÉS Y PREOCUPACIÓN POR LOS CLIENTES	3	1.30%	23	15.30%	83	55.30%	30	20%	12	8.00%
COMPRENEN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE	8	5.30%	29	19.30%	61	40.70%	46	30.70%	6	4%
ENFOCADOS EN EL SERVICIO	4	2.70%	34	22.70%	59	39%	51	34%	2	1%

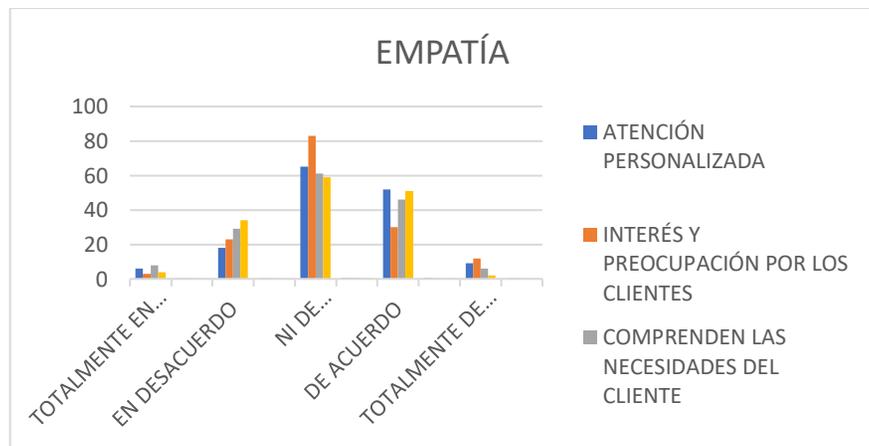


Figura 19. Dimensión Empatía.
Fuente: Tabla 6

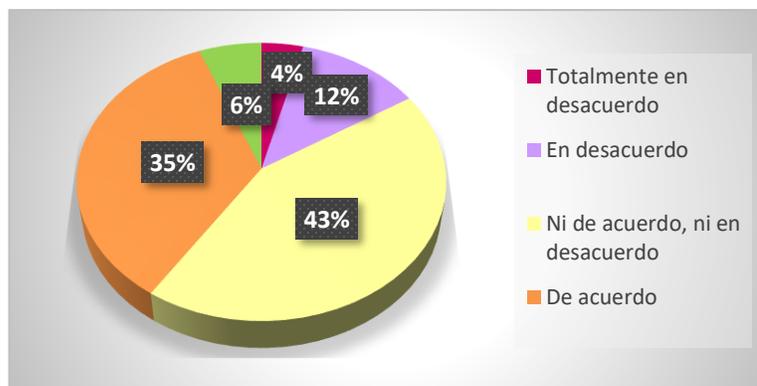


Figura 20. El personal le ofreció una atención personalizada.
Fuente: Tabla 6

En la figura se muestran la distribución de los valores referida a si el personal le ofreció una atención personalizada, donde el 43% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que no sintieron una atención con esmero ni la voluntad total para dedicarse totalmente en atender al usuario ,de lo contrario hubieran calificado más alto la atención ,el 35% está de acuerdo que sintió una atención dedicada sólo para ellos , mientras que un 4% están totalmente en desacuerdo, lo que indica que nos les dedicaron un tiempo para atenderles personalmente a ellos.

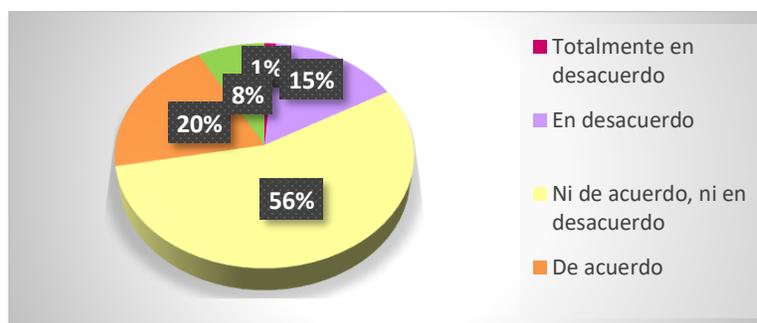


Figura 21. El personal mostró interés a sus inquietudes.
Fuente: Tabla 6

En la figura se muestra la distribución de los valores referida a si el personal mostró interés a sus inquietudes, donde el 56% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que hicieron algunas preguntas pero el personal de CAC de la MPC no les brindaron una información completa y clara como para que sientan que han despejado todas sus dudas el 20% está de acuerdo en que todas sus inquietudes han sido respondidas de forma clara , mientras que un mínimo porcentaje de usuarios del 1% están totalmente en desacuerdo, es decir salieron igual como entraron sin tener la información clara sobre lo que deseaban saber.

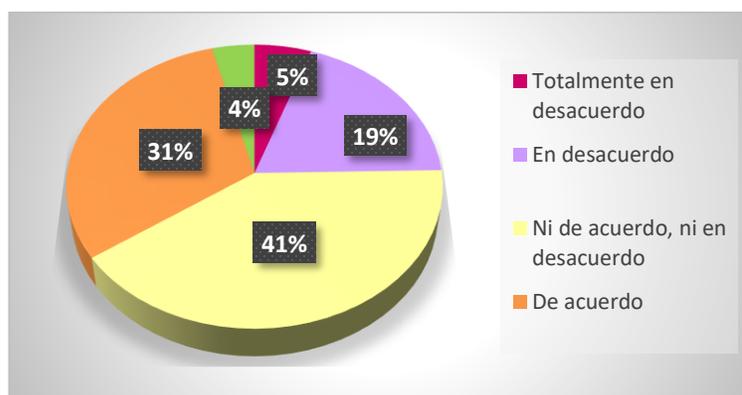


Figura 22. El personal comprendió lo que realmente necesitaba.
Fuente: Tabla 6

La figura muestra la distribución de los valores referida a si el personal comprendió lo que realmente necesitaba, donde el 41% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir en su mayoría los usuarios no han sido atendidos según sus necesidades y requerimientos ,por lo tanto no pueden dar una calificación

mayor al personal, el 31% está de acuerdo en que fueron atendidos de acuerdo a los que ellos realmente necesitaban hacer o ser informados mientras que un 5% están totalmente en desacuerdo, lo que indica que la mayoría de los usuarios se muestran indiferentes al respecto, inclinándose a una opinión positiva.

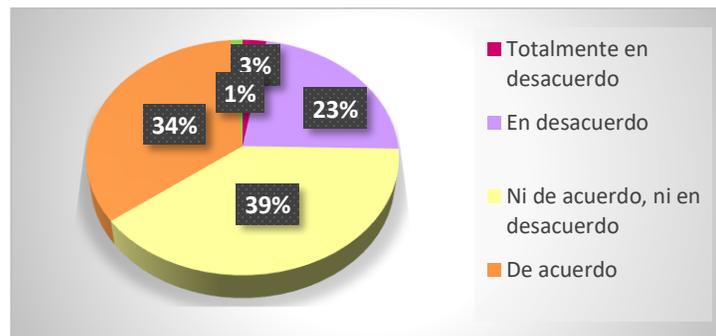


Figura 23. El personal se esforzó por brindar un servicio sobresaliente.
Fuente: Tabla 6

La figura muestra la distribución de los valores referida a si el personal se esforzó por brindar un servicio sobresaliente, donde el 39% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir que los usuarios tienen la opinión que el personal de CAC de la MPC no se ha esforzado más de lo normal para atender al usuario el 34% está de acuerdo en que si ha sentido que el personal le ha brindado un excelente servicio y que se ha esforzado por cumplir con sus necesidades , mientras que un 3% están totalmente en desacuerdo, lo que indica que sienten que no les han dado mucha importancia a la momento de realizar su trámite.

➤ **DISCUSIÓN DE LA DIMENSIÓN EMPATÍA**

Con respecto a la dimensión empatía tenemos un valor de 3.2 este valor nos demuestra que el personal del Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca brinda una regular atención personalizada mostrando poco interés por comprender las necesidades de los clientes.

Si bien es cierto el trabajo en ventanilla, algunas veces puede ser estresante, por tal motivo el personal se limita a realizar sus funciones de atención al usuario, no se esfuerzan por dar un poco más de lo que les piden, ni se toma el tiempo para tener un mayor contacto de comunicación con el usuario y brindarles un servicio confiable, amable y eficiente, provocando así descontento en los usuarios. Prieto (2013), indica que el servidor público debe brindar al usuario un servicio diferenciado en temas de trato, para fortalecer la imagen de la institución, siendo los factores de éxito el compromiso de la alta dirección, el involucramiento del personal y los incentivos que se les dé a los mismos.

Valdéz Buratti citado por (Romero,2017, p.71), afirma que: Calidad es un servicio. Servicio es entregarles a nuestros clientes lo que ellos quieran, como lo quieran, donde lo quieran y en el momento que lo soliciten, con la consecuente atención post-venta y el trato personal que todo buen servicio debe incluir.

Romero (2017), respecto a la dimensión empatía indica que el 46.08% de los usuarios encuestados cree que los servidores atienden de manera aceptable sus necesidades; un 43.78% percibe que la mayoría de trabajadores del CAC se muestra interesado y servicial con ellos; El porcentaje más alto lo alcanzó la escala regular, en la atención personalizada con un 59.45%. El ambiente generado por los servidores frente al trato que se le da al usuario logró un 44.70% en la escala bueno.

Resultados similares fueron observados por Civera (2008) en su investigación ya que los niveles obtenidos respecto a la dimensión empatía son muy altos, indicando que el personal tiene mayor disponibilidad de tiempo dedicados a brindar una atención personalizada respecto a tareas de cuidado control y seguimiento directo de los pacientes. Mientras que Costa (2017), indica que con respecto a la dimensión empatía, un 69,52% de los usuarios entrevistados muestran un descontento al no recibir una atención personalizada, sentir que sus necesidades no han sido comprendidas y que los trabajadores no se enfocaron en brindar un servicio sobresaliente.

5.1.5. DIMENSIÓN X5: ELEMENTOS TANGIBLES

Tabla 7
Dimensión Elementos Tangibles

ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
APARIENCIA DE EQUIPOS	0	0.00%	0	0%	60	40%	77	51%	13	8.70%
INSTALACIÓN FÍSICA	0	0.00%	0	0.00%	60	40.00%	77	51%	13	8.70%
APARIENCIA O ASPECTO DEL PERSONAL	3	2.00%	32	21.30%	87	58.00%	22	14.70%	6	4%
MATERIALES ASOCIADOS AL SERVICIO	93	62.00%	52	34.70%	5	3%	0	0%	0	0%

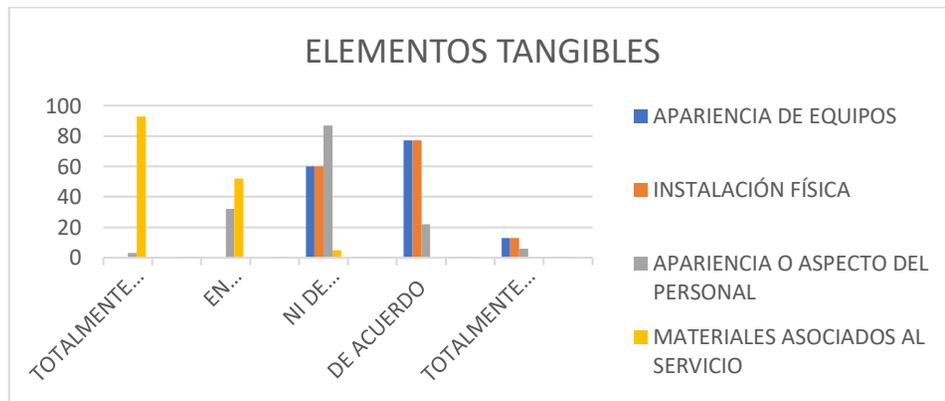


Figura 24. Dimensión Elementos tangibles.
Fuente: Tabla 7

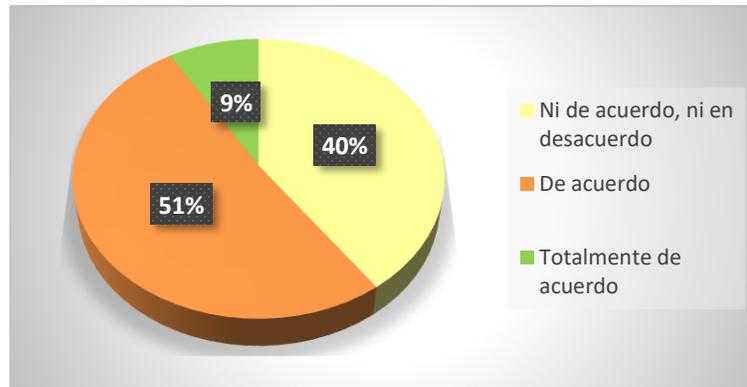


Figura 25. Los ambientes tienen equipos de apariencia moderna.
Fuente: Tabla 7

La figura muestra la distribución de los valores referida a si los ambientes tienen equipos de apariencia moderna, donde el 51% de los encuestados afirman estar de acuerdo, esto se debe a que a primera vista en los ambientes del CAC de la MPC ,se visualizan los equipos de cómputo, cámaras de vigilancia, televisores y maquina etiquetera de atención , el 40% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que no se impresionaron con los equipos que se ven a primera vista ,mientras que un 9% están totalmente de acuerdo, que los equipos tienen apariencia moderna.

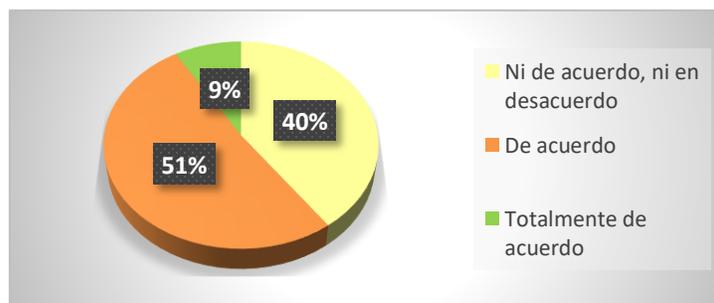


Figura 26. Las instalaciones físicas son atractivas, limpias y cómodas.
Fuente: Tabla 7

La figura muestra la distribución de los valores referida a si las instalaciones físicas son atractivas, limpias y cómodas, donde el 51% de los encuestados afirman estar de acuerdo, esto se debe a que los usuarios tiene la percepción que las instalaciones del CAC de la MPC ,son construcciones modernas ,bastante iluminadas, limpias, y hay espacios de espera para sentirse cómodos, el 40% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que los usuarios no le han toma mucha importancia a las instalaciones ,talvez por no ser prioritario en la calidad de la atención ,mientras que un 9% están totalmente de acuerdo en que las instalaciones son atractivas, limpias y cómodas.

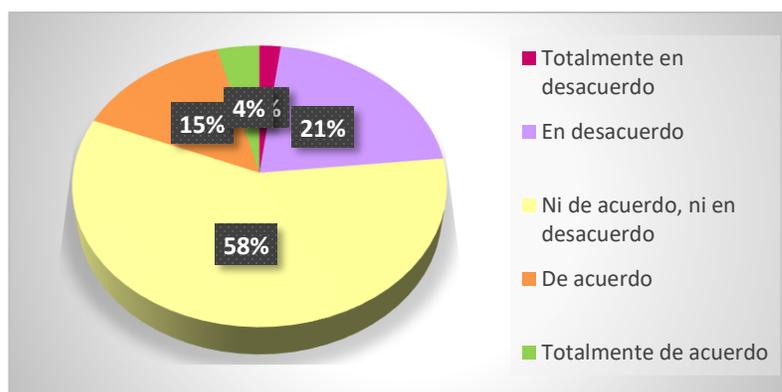


Figura 27. El personal está uniformado y con apariencia pulcra
Fuente: Tabla 7

La figura muestra la distribución de los valores referida a si el personal está uniformado y con apariencia pulcra, donde el 58% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que han observado de una manera normal que el personal este uniformado, sin embargo no han notado algún detalle de la vestimenta

que les impresione como para dar una mejor opinión , el 21% está en desacuerdo, esta opinión se debe a que no siempre todos asisten uniformados ni con ropa formal ,mostrando una apariencia no pulcra mientras que un 2% están totalmente en desacuerdo, es decir no han tenido la percepción que el personal esté debidamente uniformado y mucho menos tener un apariencia pulcra.

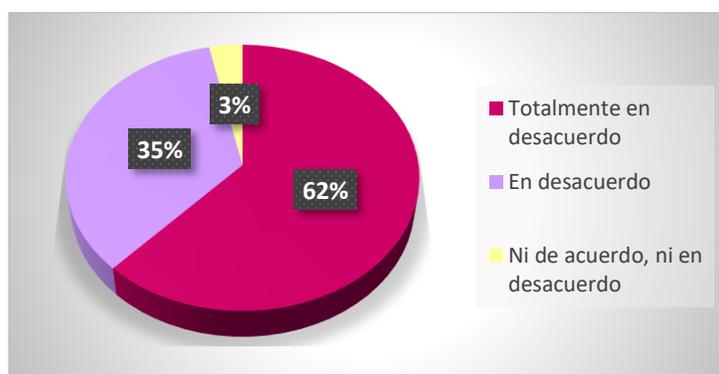


Figura 28. Los folletos y letreros fueron visualmente atractivos y adecuados para orientarlo.

Fuente: Tabla 7

La figura muestra la distribución de los valores referida a si los folletos y letreros están visualmente atractivos y adecuados para orientarlo, donde el 62% de los encuestados afirman estar totalmente en desacuerdo, los usuarios tiene la percepción de que no hay señales ni letreros de orientación para que se ubiquen de una mejor manera en cada una de las ventanillas de atención que existen dentro del CAC de la MPC, esto en confirmado con el 35% de usuarios que está en desacuerdo , mientras que un 3% les es indiferente si hay o no los folletos y letreros de orientación.

➤ **DISCUSIÓN DE LA DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES**

Respecto a la dimensión elementos tangible se ha obtenido una calificación deficiente con un valor promedio de 2.9 .Según los resultados obtenidos en la tabla 3 respecto a la dimensión de elementos tangibles, se puede notar que los usuarios califican de bajo los materiales asociado al servicio como son folletos, letreros de señalización así como la apariencia del personal ,también podemos notar que más del 50% de los usuarios están de acuerdo que las instalaciones del CAC de la MPC tienen una apariencia atractiva, limpias y cómodas y que además los equipos que se muestran tienen una apariencia moderna. Es importante que las instituciones públicas se interesen en la estructura y diseño de sus instalaciones de tal manera que permitan a los usuarios moverse y desplazarse fácilmente, además los ambientes deben dar una sensación de comodidad y tranquilidad.

López (2018) menciona que se debe trabajar en mejorar la capacidad de las instalaciones para albergar con comodidad a todos los ciudadanos que acuden a la entidad, es decir, mejorar la distribución de los espacios de atención ciudadana para facilitar el tránsito del ciudadano y que se eviten las conglomeraciones en la medida de lo posible. Además, se debe trabajar en mantener un adecuado mobiliario para que el ciudadano pueda esperar cómodamente antes de ser atendido y evitar que se produzcan molestias.

Los usuarios tienen la percepción que los trabajadores del CAC de la MPC, no están debidamente uniformados ni muestran una apariencia pulcra que impresiones a los usuarios. Si bien es cierto el personal que da la cara y tiene el trato directo con los usuarios deben esforzarse en mantener una apariencia pulcra y estar debidamente uniformados, de esta manera dan la sensación de respeto e interés por el usuario y sobre todo cuidan la imagen de la institución.

Con respecto a la dimensión elementos tangibles, Álvarez (2012) en sus resultados afirma que todos los beneficiarios de los establecimientos donde hizo su análisis consideran que la apariencia y la convivencia derivadas del diseño interior cumplen con sus expectativas y por lo tanto están satisfechos pues el mayor número de respuestas estuvo concentrado en la escala servicio mucho mejor de lo esperado con valoraciones superiores al 43.16%. Resultados totalmente diferentes llega Costa (2017) el cual indica que, respecto a esta dimensión, los bienes tangibles, tuvo una insatisfacción más significativa (60.62%), que indica que los ambientes no se encuentran limpios, no son cómodos ni acogedores para el usuario.

En la investigación de Roca (2016), menciona que la dimensión de elementos tangibles es la menos importante de todas para los usuarios encuestados y que el nivel de satisfacción del usuario se ubica entre "Satisfecho" y "Algo insatisfecho", encontrando que los equipos son casi

obsoletos con tendencia a regulares y las instalaciones físicas tiene tendencia a no ser atractivas ni agradables, además los empleados están uniformados, pero no tienen una apariencia de limpieza.

Romero (2017), respecto a los elementos tangibles menciona que los usuarios perciben que las instalaciones son aceptables ya que la infraestructura es nueva y eso se corrobora con un 42.86% de encuestados que les parece regular. Un 44.70% piensa que los servidores que los atienden en el CAC son agradables y presentables. La sala de espera tiene un 46.08% de aceptación por tener las condiciones mínimas para esperar el turno de atención; además las instalaciones del CAC en general son amplias y cuenta con los servicios necesarios para una correcta atención por lo que en la encuesta obtuvo un porcentaje de 48.39% en la escala regular.

Civera (2008) en su investigación indica que respecto a esta dimensión los valores son muy bajos es por tal motivo que la institución tiene que realizar una mayor inversión en equipamiento además de renovar sus instrumentos y mejorar el mantenimiento de los mismos.

5.2. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

En la siguiente imagen se muestra un consolidado de los valores promedios de calificación obtenidos de las dimensiones de la satisfacción del usuario, los datos son obtenidos de los resultados del cuestionario el cual se encuentra en el apéndice 2.

	TRANSPARENCIA			EXPECTATIVAS			COMUNICACIÓN		
	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29
	2.77	1.2	3	3.26	3	2.99	2	1.3	1.39
PROMEDIO	2.3			3.1			1.6		

Figura 29. Resumen de la calificación de las dimensiones de la satisfacción del usuario.

Fuente. Apéndice 2.

5.2.1. DIMENSIÓN Y1: TRANSPARENCIA

Tabla 8
Dimensión Transparencia

ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
ACCESO A LA INFORMACIÓN	18	12.00%	16	11%	100	67%	16	11%	0	0%
PRECIO SERVICIOS	136	90.70%	0	0.00%	11	7.30%	3	2%	0	0%
CONFIANZA EN LA INFORMACIÓN	5	3.30%	8	5.30%	127	84.70%	10	6.70%	0	0%

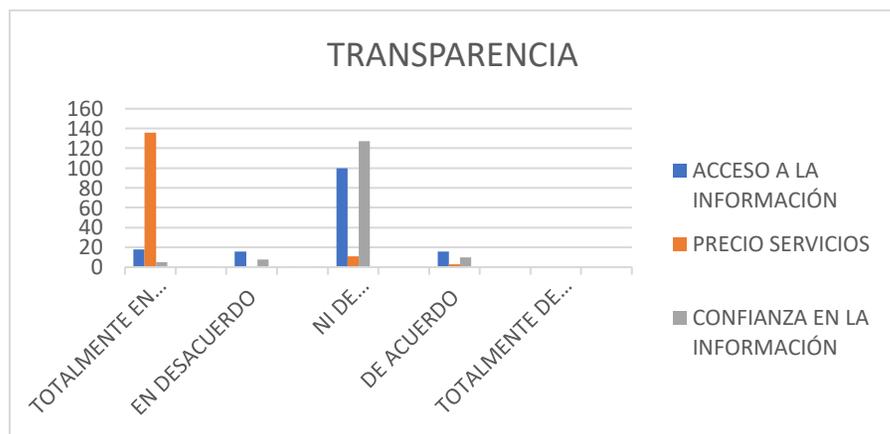


Figura 30. Dimensión transparencia.
Fuente: Tabla 8

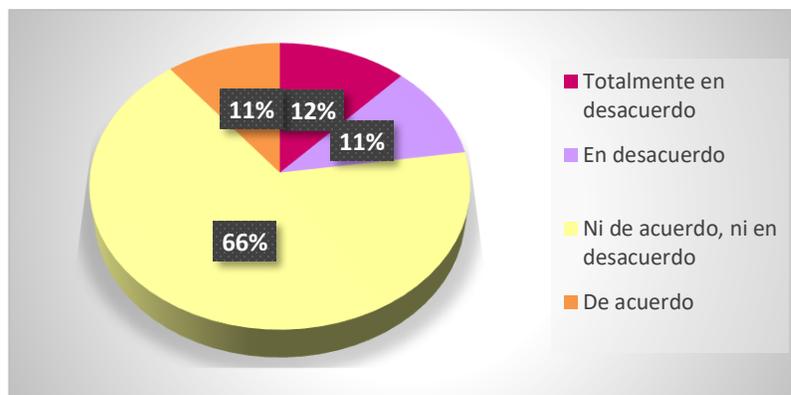


Figura 31. Libre acceso a la información.

Fuente: Tabla 8

En la figura se muestra la distribución de los valores referida a si los usuarios tienen libre acceso a la información, donde el 66% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir que cuando el usuario pide información al personal del CAC de la MPC no les brindan de manera completa y clara, además en algunas casos tienen que pagar alguna tasa para tener acceso a una información en especial, es por eso que los usuarios no califican con un puntaje más alto. El 11% está en desacuerdo, es decir que en algunos casos no tienen ni se les brinda la información que los usuarios solicitan, mientras que un 12% está totalmente en desacuerdo, que ellos pueden tener libre acceso a la información deseada.

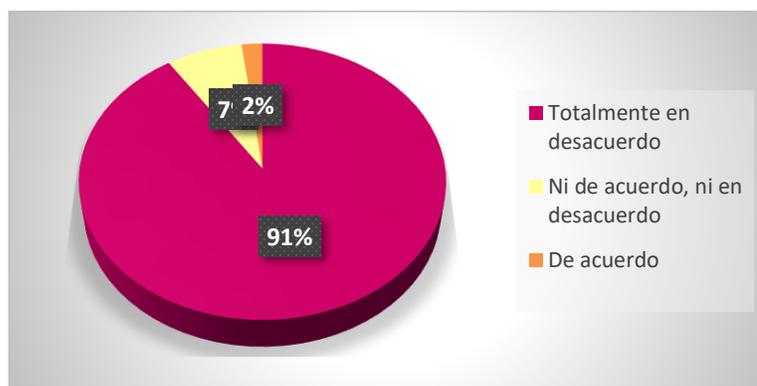


Figura 32. Los precios de los servicios son los correctos.

Fuente: Tabla 8

En la figura se muestra la distribución de los valores referida a si los precios de los servicios son los correctos, donde el 91% de los encuestados afirman estar totalmente en desacuerdo, este gran porcentaje de desacuerdo es porque los usuarios tienen la percepción que les cobran mucho por algunos servicios como son las licencias de construcción, funcionamiento, etc. Y además en algunos casos incluyen pagos adicionales por devoluciones de expedientes que tienen que volver a ser ingresados pagando cierta cantidad de dinero según las tasas fijadas. El 7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 2% está de acuerdo, en que los precios son los correctos.

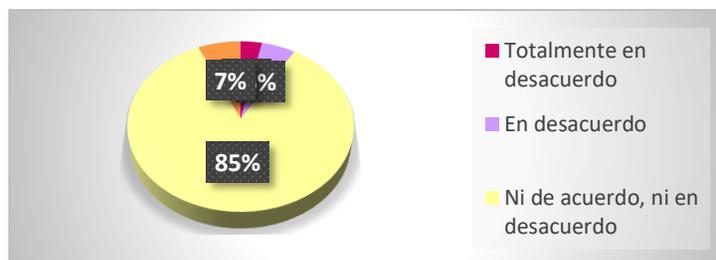


Figura 33. El personal le proporciona información clara, transparente y sin errores.

Fuente: Tabla 8

En la figura muestra la distribución de los valores referida a si el personal proporciona información clara, transparente y sin errores, donde el 85% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que cuando han solicitado información les han dado de manera incompleta y poco entendible por eso los usuarios se muestran indiferentes a no calificar con un mayor puntaje ,el 7% está de acuerdo, en que se les brindo una información completa y sin errores, mientras que un 3% está totalmente en desacuerdo de que la información recibida sea completa y entendible.

➤ **DISCUSIÓN DE LA DIMENSIÓN TRANSPARENCIA**

Podemos notar que existe un alto grado de insatisfacción respecto a la dimensión de transparencia obteniéndose una calificación deficiente con un valor de 2.3 respecto de 5, indicando que el acceso a la información, los precios de los servicios y la información que se obtiene no son los más adecuados. En relación a estos puntos se deberían mejorar las política de la institución apuntando a la modernización de la gestión

pública las cuales tienen como principio fundamental mejorar la atención del ciudadano, Prieto(2013) en su tesis de investigación, afirma que las políticas de mejor atención al ciudadano se vincula estrechamente con el uso óptimo de las tecnologías de la información, así como la incorporación de la Plataforma de Interoperabilidad del estado, como se sabe estas tecnologías ayudan a reducir los tiempo de atención, brindar información clara, transparente y oportuna a los usuarios.

Es importante mencionar que en cuanto al uso de las tecnologías de la información y comunicación según el resultado de las encuestas se nota que el usuario no está informado de los trámites que puede realizar y de la información que puede encontrar en la página web de la Municipalidad Provincial de Cajamarca , ya que en dicho sitio web los usuarios pueden consultar el trámite de su expediente, cheques, biblioteca virtual, licencias de conducir emitidas, servicios que ofrece la municipalidad , directorio y correo institucional así como el enlace al portal de transparencia. A resultados totalmente diferentes llega Civera (2008) en su investigación pues indica que los usuarios de manera general se encuentran satisfechos con el servicio recibido ya que sienten que la comunicación, la transparencia, la formación, el grado de conocimientos, y la experiencia de los médicos son los adecuados para que reciban una buena atención.

5.2.2. DIMENSIÓN Y2: EXPECTATIVAS

Tabla 9
Dimensión Expectativas

ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
TIEMPO DE ATENCIÓN	4	2.70%	30	20%	48	32%	57	38%	11	7.30%
NIVEL DE SATISFACCIÓN	2	1.30%	2	1.30%	141	94.00%	4	3%	1	0.70%
TRATO RECIBIDO	23	15.30%	10	6.70%	70	46.70%	40	26.70%	7	5%

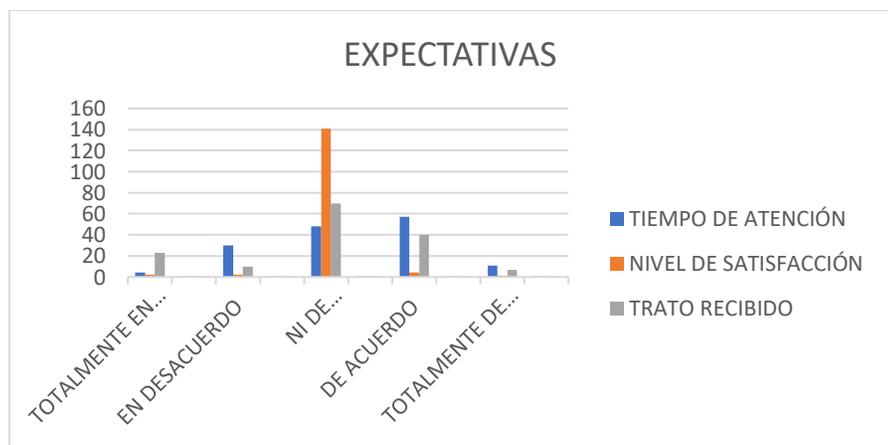


Figura 34. Dimensiones expectativas.
Fuente: Tabla 9

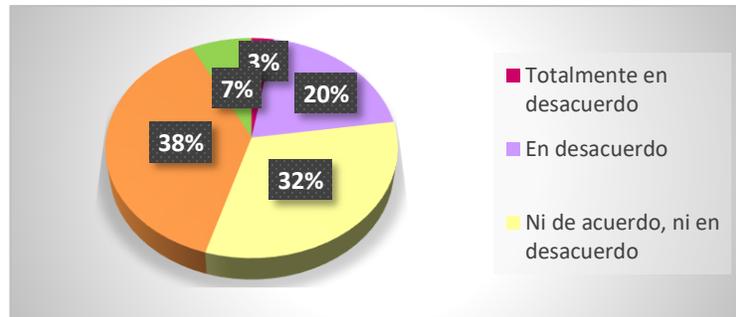


Figura 35. El tiempo de atención fue el adecuado.
Fuente: Tabla 9

En la figura muestran la distribución de los valores referida a si el tiempo de atención fue el adecuado, donde el 38% de los encuestados afirman estar de acuerdo, esto significa que los usuarios tienen la percepción de que el tiempo que demoraron en atenderlos fue correcto sin embargo, esta opinión mucho menos que el 50%, el 32% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, esta indiferencia de opinión de no calificar con un valor más alto se debe a que los usuarios esperaban una mejor rapidez en la atención, mientras que un 3% está totalmente en desacuerdo, es decir no están contentos con el tiempo que esperaron para ser atendidos.

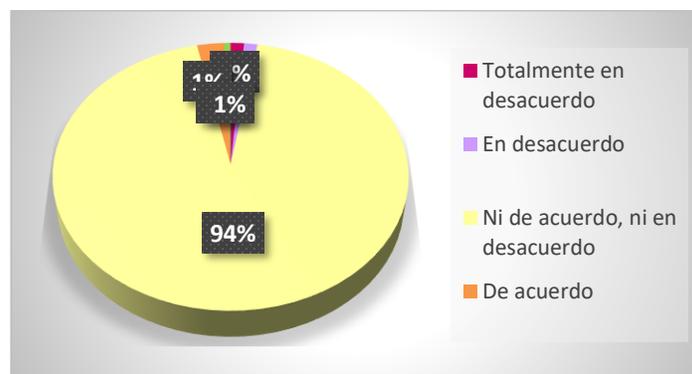


Figura 36. Se siente satisfecho con la atención recibida.
Fuente: Tabla 9

La figura muestran la distribución de los valores referida a si siente satisfecho con la atención recibida, donde el 94% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esta gran brecha de indiferencia demuestra que los usuarios esperaban una mejor calidad de atención y al no sentir en ningún aspecto una atención sobresaliente ,no pueden calificar con un mayor puntaje , el 2% está de acuerdo que recibió una buena atención, mientras que un 1% está totalmente en desacuerdo, lo que indica que los usuarios no están satisfechos con la atención recibida.

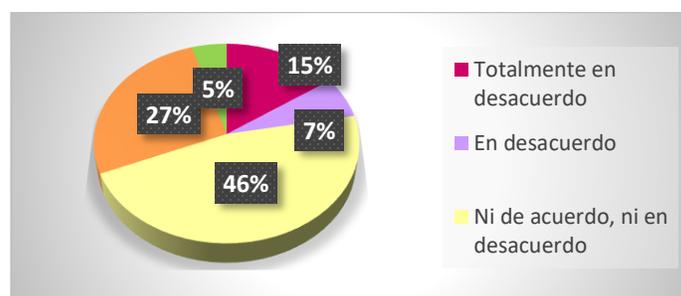


Figura 37. Recibió un buen trato durante la atención.
Fuente: Tabla 9

En la figura muestran la distribución de los valores referida a si recibió un buen trato durante la atención, donde el 46% de los encuestados afirman estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto significa que los usuarios no sintieron un trato especial por parte del personal del CAC de la MPC, el 27% está de acuerdo, que le trataron bien, mientras que un 15% está totalmente en desacuerdo, lo que indica que los usuarios sienten haber recibido un trato neutral.

➤ **DISCUSIÓN DE LA DIMENSIÓN EXPECTATIVAS**

Con respecto a la dimensión expectativas se tiene una calificación regular con un valor promedio de 3 respecto de 5 , El Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca cuenta con un sistema de colas el cual permite que la atención sea de manera ordenada , conforme el orden de llegada de los usuarios y sin distinción alguna ,sin embargo la demora se encuentra en las ventanillas de atención por parte del personal que labora en dicho centro , como se ha podido observar las tecnologías de la información ayudan a mejorar la calidad de atención al ciudadano pero no son suficiente si el personal humano no se compromete en brindar una atención rápida.

López (2018) menciona que desde el punto de vista del ciudadano la expectativa es la imagen mental (exigencia, creencia o deseo) que se tiene sobre el servicio público al cual va a acceder, el cual es producto de experiencias pasadas o información conocida previamente. Asimismo, cuando los consumidores desean adquirir un bien o servicio se empiezan a crear expectativas sobre el mismo, dichas expectativas son el punto inicial que condiciona la sensación de satisfacción.

y Reilly (1983;258) citado por (Civera 2012, p.14) la satisfacción es una respuesta emocional causada por un proceso evaluativo-cognitivo donde las percepciones sobre un objeto, acción o condición, se comparan con necesidades y deseos del individuo

Por su parte Costa (2017) En su investigación menciona que las instituciones deben invertir en la adquisición de nuevos equipos con tecnología de punta y materiales necesarios para así brindar una atención de mayor calidad al usuario.

López (2018) en su investigación concluye que el tiempo de desplazamiento más el de espera en cola trataría de una hora y cuarto por visita (en promedio), por lo que los encuestados no están satisfechos con el tiempo de atención, sin embargo, lo que más valoran los encuestados fueron la facilidad en la obtención de información, disponibilidad de servicios complementarios y la amabilidad en el trato.

5.2.3. DIMENSIÓN Y3: COMUNICACIÓN

Tabla 10
Dimensión Comunicación

ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
HORARIOS DE ATENCIÓN	37	24.70%	78	52%	35	23%	0	0%	0	0.00%
TRÁMITES EN LINEA	131	87.30%	2	1.30%	10	6.70%	5	3%	2	1.30%
ATENCIÓN DE RECLAMOS	91	60.70%	59	39.30%	0	0%	0	0%	0	0%

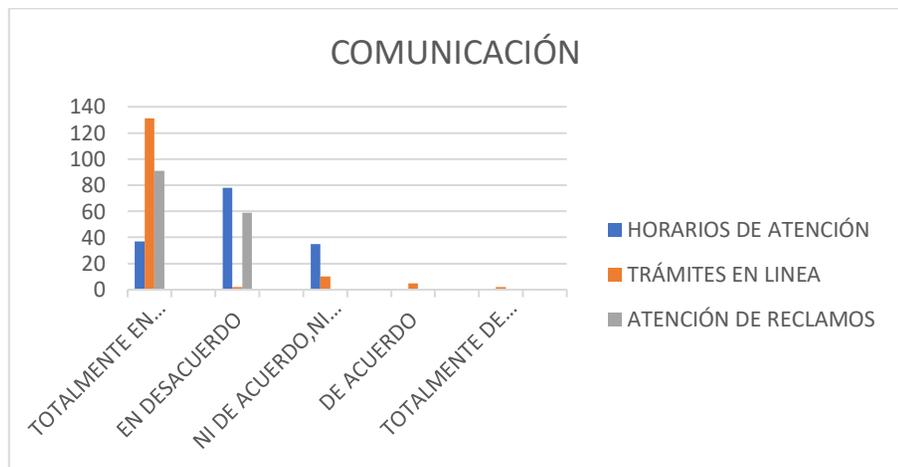


Figura 38. Dimensiones expectativas.
Fuente: Tabla 10

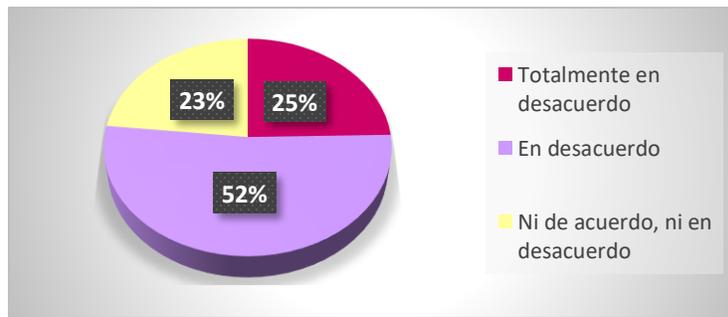


Figura 39. Está conforme con los horarios de atención.
Fuente: Tabla 10

La figura muestran la distribución de los valores referida a si está conforme con los horarios de atención, donde el 52% de los encuestados afirman estar en desacuerdo, esta opinión de la gran mayoría es porque el personal del CAC de la MPC atiende de corrido hasta las 3 p.m., y la mayoría prefiere la atención en horarios de mañana y tarde, el 23% está de ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir les es indiferente el horario de atención , mientras que un 25% está totalmente en desacuerdo, lo que indica que hay un alto grado de inconformidad de los usuarios respecto al horario de atención.

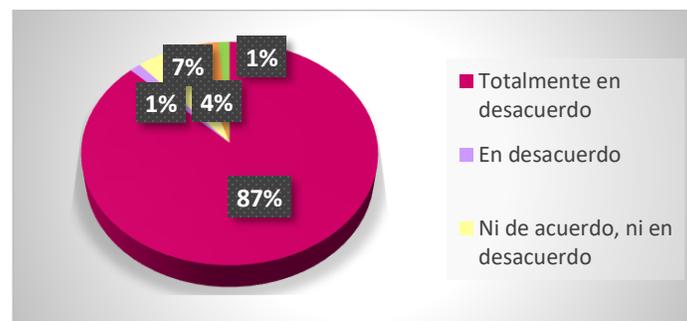


Figura 40. Puede realizar trámites en línea.
Fuente: Tabla 10

La tabla muestra la distribución de los valores referida a si puede realizar trámites en línea, donde el 87% de los encuestados afirman estar totalmente en desacuerdo, esto significa que piensan que no pueden realizar trámites en line sin embargo se puede notar que desconocen ya que si se puede realizar algunos trámites en la página web de la MPC ,el 7% está de ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 1% está totalmente de acuerdo, lo que indica que hay un alto grado de inconformidad de los usuarios porque no pueden realizar trámites en línea.

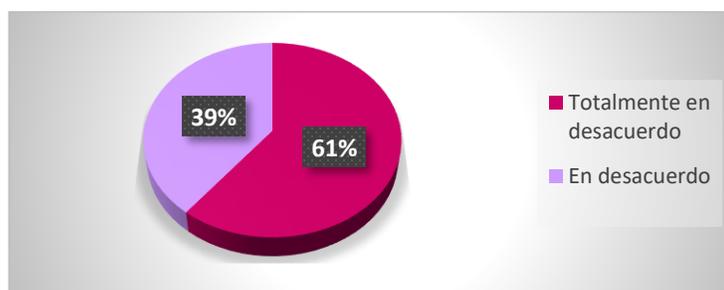


Figura 41. El buzón de reclamos está a su disposición.
Fuente: Tabla 10

La figura muestra la distribución de los valores referida a si el buzón de reclamos está a su disposición, donde el 61% de los encuestados afirman estar totalmente en desacuerdo, es decir para la mayoría de usuarios no hay un buzón de reclamos y/o no les han permitido registrar en el libro de reclamaciones, esta opinión es respaldada con el 39% que está en desacuerdo, lo que indica que hay un alto grado de inconformidad de los usuarios respecto al buzón de reclamos.

➤ **DISCUSIÓN DE LA DIMENSIÓN COMUNICACIÓN**

Según la percepción de los usuarios que realizan tramites en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, la dimensión de comunicación tiene una calificación deficiente, con un valor de 1.6 respecto de 5, esto demuestra que los horarios de atención, los trámites en línea y la atención de reclamos no están funcionando de manera idónea.

López (2018) menciona que, el acceso a la información se logra habilitando nuevos canales de atención como espacios físicos, virtuales, telefónicos e itinerantes mediante los cuales el ciudadano pueda acceder de manera fácil a la información que necesita y a los servicios que brinda la entidad. Según los datos recolectados en su investigación, se detalla que un 40 % de los usuarios que realizan gestiones, solo lo utilizan para hacer consultas. A pesar de que la institución cuenta con una página web, central telefónica y correos institucionales para hacer cualquier interrogante sin tener que ir presencialmente a una agencia.

Por su parte Álvarez (2012) en su tesis de investigación hace una importante afirmación, en que las percepciones de los clientes son más bajas que sus expectativas, por lo que siempre habrá un descontento. En la Municipalidad Provincial de Cajamarca el descontento respecto al horario de atención se debe a que la mayoría de los usuarios se había acostumbrado al horario partido que es de 8 a.m. a 12:45 p.m. y de 3p.m a 6 p.m., el cambio de horario corrido que es de 7:30 a.m. a 3:45 p.m. afectó a muchos de ellos.

Prieto (2013) menciona que la Política de Mejor Atención al Ciudadano, apunta a brindar una atención de calidad a la población mediante tres elementos: i) la creación de plataformas multicanal (presencial, telefónica y virtual) para brindar servicios de manera oportuna y mediante diversos accesos; ii) el uso de la tecnología mediante la Plataforma de Interoperabilidad que conecta la información de todas las instancias del Estado y que apunta a ser herramienta clave de los servicios multicanal; y iii) un protocolo de atención diferenciada, en que se prioriza el buen trato, la optimización del tiempo de atención, así como el brindar información oportuna y de manera adecuada a los ciudadanos, entre otras características.

5.3. Resultados de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario

Del análisis de la relación de asociación entre la calidad del servicio y la satisfacción del ciudadano en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca - año 2018, obtenemos el siguiente resultado:

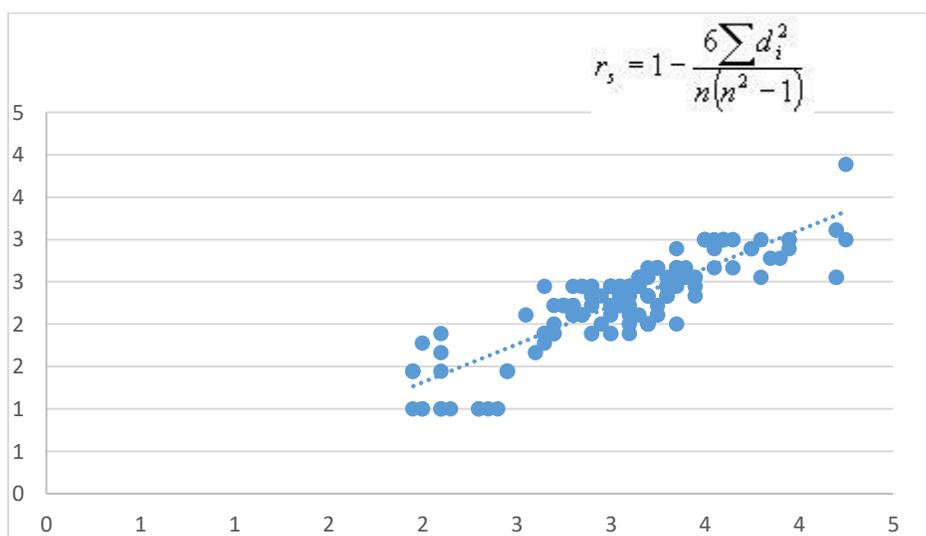


Figura 40. Diagrama de dispersión.

Obteniendo $r_s = 0.8679$, donde:

r_s : Es el coeficiente de correlación de Spearman

En la figura muestra el valor del coeficiente de correlación de Spearman el cual es 0.8679, este valor nos indica que existe una “Correlación positiva alta”, entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Según los resultados obtenidos luego de aplicar la encuesta, podemos afirmar que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.8679. A los mismos resultados llega García (2013) en su tesis de investigación en donde concluye que existe una relación significativa entre satisfacción y calidad de servicio además de la fidelidad de los clientes, también constata que la existencia de esta relación a pesar de estar sujeta a múltiples variables que condicionan y modifican la relación, la relación no es totalmente fija o lineal, lo cual se verifica también en nuestra investigación (figura 34). Por su parte Civera (2008) también concluye que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, afirmando este último que cuanto mayor sea la calidad del servicio ofrecida a los usuarios, será mejor la satisfacción de los mismos. Se puede decir que si bien es cierto que la satisfacción del usuario se relaciona directamente con la calidad del servicio, se debe tener en cuenta que existen factores adicionales al momento de encuestar al usuario como puede ser el estado de ánimo, el tiempo y los recursos que dispone en ese determinado momento, los cuales son factores que indirectamente van a influenciar en la opinión del usuario, es por tal motivo que las dimensiones de la calidad como la fiabilidad y la empatía y la dimensión expectativa de la satisfacción están de alguna manera sujetas a los enfoques subjetivos de los usuarios.

5.4. Contrastación de Hipótesis

H₀: No existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018.

H₁: La calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018 se relacionan significativamente.

Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$

Aplicando la Prueba de Chi – Cuadrado

Se agrupa las dimensiones de la calidad del servicio y las dimensiones de la satisfacción del usuario y usamos el software estadístico SPSS para obtener la prueba Chi-Cuadrado, obteniendo el siguiente resultado:

Tabla cruzada Calidad del servicio*Satisfacción del usuario

			Satisfacción del usuario				Total	
			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo,ni en desacuerdo	De acuerdo		Totalmente de acuerdo
Calidad del servicio	Totalmente en desacuerdo	Recuento	1	0	0	0	2	3
		% dentro de Calidad del servicio	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	100,0%
	En desacuerdo	Recuento	1	2	2	4	3	12
		% dentro de Calidad del servicio	8,3%	16,7%	16,7%	33,3%	25,0%	100,0%
	Ni de acuerdo,ni en desacuerdo	Recuento	1	1	9	59	24	94
		% dentro de Calidad del servicio	1,1%	1,1%	9,6%	62,8%	25,5%	100,0%
	De acuerdo	Recuento	1	0	5	14	4	24
		% dentro de Calidad del servicio	4,2%	0,0%	20,8%	58,3%	16,7%	100,0%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	6	9	2	17
		% dentro de Calidad del servicio	0,0%	0,0%	35,3%	52,9%	11,8%	100,0%
	Total	Recuento	4	3	22	86	35	150
		% dentro de Calidad del servicio	2,7%	2,0%	14,7%	57,3%	23,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado de Pearson

		Satisfacción del usuario
Calidad del servicio	Chi-cuadrado	111.624
	gl	9
	Sig.	,000*.b.c

La significancia es $p=0.000$, como es menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza H_0 , concluyendo que efectivamente existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018.

CONCLUSIONES

1. La calidad del servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la municipalidad Provincial de Cajamarca, en las dimensiones de capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, tienen un porcentaje elevado para la respuesta en desacuerdo, lo que nos lleva a afirmar que la calidad de servicio en el Centro de Atención al Ciudadano de la municipalidad provincial de Cajamarca es deficiente.
2. El nivel de satisfacción de los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano de la municipalidad Provincial de Cajamarca, en las dimensiones de transparencia, expectativa y comunicación, tienen un alto porcentaje para la respuesta en desacuerdo, lo que nos lleva a afirmar que los usuarios que realizan trámites en el Centro de Atención al Ciudadano de la municipalidad provincial de Cajamarca se encuentran insatisfechos.
3. Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, con un nivel de confiabilidad de 95 por ciento y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.8679.

RECOMENDACIONES Y/O SUGERENCIAS

1. Se recomienda al jefe del Centro de Atención al Ciudadano capacitar al personal a su cargo para que brinden información clara y transparente, concientizar sobre la importancia de brindar un servicio de calidad para tener usuarios satisfechos con la atención recibida, premiar el esfuerzo del trabajador y así mantenerlos motivados demostrando empatía e interés en la solución de sus problemas del usuario, donde prevalezca la responsabilidad, eficiencia y atención personalizada.
2. Se recomienda al jefe del Centro de Atención al Ciudadano coordinar con las áreas involucradas en mejorar la imagen de la institución, para la colocación de letreros de señalización y así los usuarios no divaguen buscando alguna área y a la vez brindar folletos sobre los procedimientos que se tienen que realizar en cada servicio solicitado.
3. Se sugiere al personal de ventanilla del Centro de atención al Ciudadano informar a los usuarios sobre los trámites que se pueden realizar a través de la página web de la Municipalidad y capacitarlos para que puedan acceder a dichos servicios.
4. Se sugiere al jefe del Centro de atención al ciudadano coordinar con la Unidad de Informática y Sistemas para el desarrollo de aplicativos que permitan brindar una atención más rápida y eficiente a los usuarios aplicando las tecnologías de la información.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, G. (2012). *Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el Servicio Ofrecido en Redes de Supermercados Gubernamentales(Tesis Doctoral)*. Universidad Católica Andrés Bello, Ingeniería, Caracas.
- Álvarez, J. (2006). *Introducción a la Calidad, Aproximación a los Sistemas de Gestión y Herramientas de Calidad*. España: Ideaspropias.
- Bavaresco, A. (2013). *Proceso Metodológico de la Investigación* (6ta ed.). Venezuela: Maracaibo.
- Casermeyro, M. B., Ssheuber, Y., & Varas, D. (2016). *La Calidad en los Servicios Públicos*. SALTA.
- Chambilla, S. (2018). *Calidad de Servicio y Satisfacción de los Administrados de la Municipalidad de Lurin*. Universidad Cesar Vallejo.
- Civera, M. (2008). *Análisi de la Relación entre Calidad y Satisfacción en al Ámbito Hospitalario en Función de Modelo de Gestión Establecido (Tesis Doctoral)*. Universidad Jaume, Administración de Empresas y Marketing, Castellón de la Plana.
- Costa, B. (2017). *Calidad de servicio asociada a la satisfacción del usuario externo en el área de niños del servicio de medicina física del Hospital Regional Lambayeque Chiclayo - 2017 (Tesis de Maestría)*. Chiclayo.
- Customer, E. P. (2015). Medición de Experiencias de Clientes. *Isapres*, 30.
- Duque, E. (2005). Revisión del Concepto de Calidad del Servicio y sus Modelos. *Innovar*, 112.
- García, A. (2013). *Efectos de la Calidad de Servicio y de la Satisfacción del Cliente Sobre la Fidelidad a los Servicios Oficiales de Postventa de Automoción Españoles (Tesis Doctoral)*. Universidad de Alcalá, Economía y Dirección de Empresas, Madrid.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
- López, L. (2018). *Satisfacción del usuario en el marco de la relación estado-ciudadanos: Políticas y estrategias para la calidad de atención al contribuyente en el servicio de Administración tributaria(Tesis Doctoral)*. ESAN , Gestión empresarial, Lima.
- Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad ayuda experto. *Perspectivas*, 181-209.

- Ñahuirima, Y. (2015). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de las pollerías del Distrito de Andahuaylas Región Apurímac-2015*. Universidad Nacional José María Arguedas, Facultad de Ciencias de la Empresa, Andahuaylas.
- Petracci, M. (1998). *La Medición de la Calidad y la Satisfacción del Ciudadano-Usuario de Servicios Públicos Privatizados*. Buenos Aires.
- Podesta, L. (2012). *Determinación de la Calidad de Atención en los Pacientes (Tesis de Maestría)*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Medicina Humana, Lima.
- Prieto, T. (2013). *Elementos a Tomar en cuenta para Implementar la Política de Mejor Atención al Ciudadano Nivel Nacional (Tesis de Maestría)*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Rocca, L. (2016). *Satisfacción del usuario en el ámbito del sector público. Un estudio sobre el Departamento de Obras Particulares de la Municipalidad de Berisso (Tesis de Maestría)*. La Plata.
- Romero, P. (2017). *Nivel de Satisfacción de los Usuarios de los servicios del Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2015 (Tesis de Maestría)*. Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca.
- Sánchez, M. (2019). *Calidad de la Atención de Salud y Satisfacción del Usuario Externo. Centro de Salud Pachacútec. Cajamarca. 2017 (Tesis de Maestría)*. Universidad Nacional de Cajamarca, Ciencias de la Salud, Cajamarca.
- Thompson, I. (2006). *La Satisfacción del Cliente*. 6.
- Tigani, D. (2006). *Exelencia en Servicio (1 ra ed.)*. Argentina: Liderazgo 21.
- Tintaya, L. (2018). *Gestión Pública y la Comunicación Organizacional del Instituto Nacional de defensa de la Competencia y de la protección de la propiedad intelectual-Indecopi*. Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y Servicio (3ra ed.)*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Velandia, F., Ardón, N., & Jara, M. (2007). Satisfacción y Calidad. *Gerencia y Políticas de Salud*, 6, 5-12.
- Velarde, C., & Medina, D. (2016). *Calidad de Servicio y la Relación con la Satisfacción de los Clientes del Centro de Aplicación Productos Unión, del Distrito de Lurigancho, durante el año 2016 (Tesis)*. Universidad Peruana Unión, Lima.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1992). *Calidad Total en la Gestión de Servicios (1a ed.)*. Nueva York: Díaz de Santos.

APENDICE 1

CUESTIONARIO

Tenemos interés en conocer su opinión respecto a los servicios que brinda el Centro de Atención del Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Para ello se ha preparado el presente cuestionario en el que le pedimos una valoración de los servicios prestados, con el fin de asegurar que se brinde una atención de calidad al usuario.

INSTRUCCIONES

- El cuestionario es anónimo.
- No hay respuestas correctas ni incorrectas.
- Califique cada ítem de acuerdo a como usted ha recibido la atención. Así marque con una X sobre el recuadro, considere la siguiente escala:
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 4. De acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

DIMENSIÓN X1: CAPACIDAD DE RESPUESTA

1. ¿El personal del CAC de la MPC ofrecen un servicio rápido a los usuarios?

1 2 3 4 5

2. ¿El personal del CAC de la MPC siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios?

1 2 3 4 5

3. ¿El personal del CAC de la MPC aclara todas sus dudas e inquietudes?

1 2 3 4 5

4. ¿El personal del CAC de la MPC comunican a los usuarios cuando concluirá la realización del servicio?

1 2 3 4 5

DIMENSIÓN X2: FIABILIDAD

5. ¿Los servicios brindados son ejecutados en el tiempo prometido?

1 2 3 4 5

6. ¿El personal del CAC de la MPC muestra un sincero interés por resolver sus problemas?

1 2 3 4 5

7. ¿El personal del CAC de la MPC, les atiende en orden de llegada?

1 2 3 4 5

8. ¿El personal del CAC de la MPC, brinda información sin errores?

1 2 3 4 5

DIMENSIÓN X3: SEGURIDAD

9. ¿El comportamiento del CAC de la MPC, le inspira confianza?

1 2 3 4 5

10. ¿Se sintió seguro al brindar la información solicitada por el personal del CAC de la MPC?

1 2 3 4 5

11. ¿El personal del CAC de la MPC, le trató con amabilidad?

1 2 3 4 5

12. ¿El personal del CAC de la MPC, cuenta el conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?

1 2 3 4 5

DIMENSIÓN X4: EMPATÍA

13. ¿El personal del CAC de la MPC, le brinda una atención personalizada?

1 2 3 4 5

14. ¿El personal del CAC de la MPC, mostró interés por sus dudas e inquietudes?

1 2 3 4 5

15. ¿El personal del CAC de la MPC, entendió lo que realmente necesitaba?

1 2 3 4 5

16. ¿El personal del CAC de la MPC, se esforzó por brindar un servicio sobresaliente?

1 2 3 4 5

DIMENSIÓN X5: ELEMENTOS TANGIBLES

17. ¿Los ambientes del CAC de la MPC, tiene equipos de apariencia moderna?

1 2 3 4 5

18. ¿Las instalaciones físicas del CAC de la MPC, son atractivas, limpias y cómodas?

1 2 3 4 5

19. ¿El personal del CAC de la MPC, está debidamente uniformado y con apariencia pulcra?

1 2 3 4 5

20. ¿Los letreros de señalización del CAC de la MPC, son visualmente atractivos y adecuados para orientarlo?

1 2 3 4 5

DIMENSIÓN Y1: TRASNPRENCIA

21. ¿Tiene libre acceso a la información de la MPC?

1 2 3 4 5

22. ¿El precio por los servicios que brinda MPC, son los adecuados?

1 2 3 4 5

23. ¿La información que le brinda personal del CAC de la MPC, es confiable?

1 2 3 4 5

DIMENSIÓN Y2: EXPECTATIVAS

24. ¿El tiempo que demoró el personal del CAC de la MPC en atenderlo, fue el adecuado?

1 2 3 4 5

25. ¿Se siente contento con la atención brindada por parte del personal del CAC de la MPC?

1 2 3 4 5

26. ¿Siente que el personal del CAC de la MPC?, le trato amablemente?

1 2 3 4 5

DIMENSIÓN Y3: COMUNICACIÓN

27. ¿Está conforme con los horarios de atención?

1 2 3 4 5

28. ¿La CAC de la MPC brindas servicios en línea?

1 2 3 4 5

29. ¿El buzó de reclamos está a su disposición?

1 2 3 4 5

APENDICE 2
RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	
E1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
E2	3	2	2	1	1	2	5	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	3	2	3	2	3	1	1	
E3	3	3	3	1	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	2	1	3	3	3	3	3	1	1	
E4	2	2	1	1	2	2	5	1	2	2	1	1	1	1	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	
E5	5	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	
E6	3	3	4	1	3	3	5	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	3	2	3	2	1	1	1	
E7	4	4	5	1	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	2	1	1	
E8	3	2	2	1	2	2	5	3	2	2	1	3	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	
E9	4	4	4	1	3	4	4	5	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	
E10	2	3	3	1	1	3	5	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	1	3	4	3	5	2	1	1
E11	5	4	4	1	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	1	1	1	3	4	3	3	2	1	1	
E12	3	4	2	1	2	3	5	2	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	2	3	1	3	4	3	3	1	1	2	
E13	3	2	3	1	2	2	5	2	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	2	1	2	1	1	2	3	2	1	1	1	
E14	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	
E15	3	3	3	1	3	2	5	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	1	1	2	
E16	4	4	4	1	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	4	3	5	2	1	1	
E17	5	3	3	1	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	2	
E18	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	1	
E19	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	1	3	4	3	5	3	1	1	
E20	3	3	2	1	3	2	5	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	2	3	1	3	4	3	3	2	1	2	
E21	3	2	3	1	2	2	5	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	4	3	3	1	1	1	
E22	3	4	3	1	3	2	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	1	3	1	3	4	3	5	2	1	2	
E23	4	3	3	1	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	3	1	3	4	3	4	2	1	1
E24	2	4	3	1	2	3	5	3	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	3	2	1	2	
E25	4	3	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	2	3	1	2	3	3	3	2	1	1	
E26	4	4	4	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	1	3	4	4	5	3	1	2	
E27	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	3	1	3	3	3	3	2	1	1	
E28	3	3	2	1	2	2	5	2	2	2	1	3	3	2	1	2	3	3	2	1	3	1	2	3	3	3	1	1	1	
E29	3	4	3	1	3	3	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	1	1	1	3	3	4	3	1	2		
E30	4	3	4	1	3	3	5	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	1	1	1	3	2	3	3	2	1	1	
E31	2	2	2	1	2	2	5	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	4	3	1	1	1	3	2	3	3	1	1	2	
E32	3	4	3	1	3	3	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	1	1	1	3	3	1	2	1	2	
E33	3	3	4	1	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	1	3	4	3	4	3	1	2	
E34	3	2	2	1	2	2	5	2	2	2	1	3	1	2	2	3	3	3	2	1	3	1	3	2	3	1	1	1	2	
E35	3	2	3	1	2	2	5	2	2	2	1	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	1	3	2	3	1	1	1	2	
E36	3	2	3	1	2	2	5	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	2	3	3	2	1	1	
E37	4	4	4	1	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	3	1	3	4	3	4	3	1	2	
E38	4	4	4	1	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	1	3	4	3	4	3	1	2	
E39	2	3	3	1	3	3	5	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	3	2	1	1	1	3	2	3	1	2	1	2	
E40	4	3	3	1	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	2	1	2	
E41	3	2	2	1	2	3	5	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	
E42	4	4	4	1	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	2	3	3	3	4	4	3	3	1	2	
E43	4	3	2	1	3	3	5	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	1	1	1	3	4	3	3	2	1	2	
E44	2	3	2	1	2	2	5	2	2	2	1	3	4	3	2	3	3	3	3	1	1	1	3	2	3	3	2	1	1	
E45	2	3	2	1	2	2	5	2	2	2	1	2	2	3	1	1	4	4	2	1	1	1	3	3	3	3	1	1	1	
E46	4	3	3	1	3	3	5	3	2	2	1	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1	3	2	3	3	2	1	1	
E47	4	4	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	3	3	3	3	2	1	1	
E48	4	4	4	1	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	1	3	1	3	4	4	4	2	1	2	
E49	2	3	3	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	2	1	1	
E50	4	3	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	3	1	3	4	3	3	2	1	1	
E51	3	3	4	1	3	3	5	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	2	1	1	
E52	3	2	3	1	2	2	5	3	2	2	2	3	3	2	1	3	4	4	3	1	3	1	3	2	3	3	2	1	1	
E53	3	2	3	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	1	3	2	3	4	1	1	1	
E54	3	2	3	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	2	1	3	4	4	3	1	3	1	3	3	3	3	1	2	1	1
E55	3	2	1	1	1	2	5	3	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	3	1	3	1	3	2	3	1	1	1	1	
E56	2	4	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	1	3	1	3	3	3	3	2	1	1	
E57	4	3	4	1	3	4	5	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	4	3	1	2	1	3	4	3	3	2	1	1	
E58	3	3	3	1	3	3	5	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	1	2	1	3	4	3	3	2	1	1	
E59	4	3	4	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	1	4	1	2	3	3	4	2	1	1	
E60	4	4	5	1	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	1	3	3	3	4	3	4	3	1	2	
E61	3	4	4	1	3	3	5	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	2	1	2	3	3	3	2	1	2	
E62	4	3	4	1	3	5	5	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	1	4	1	3	4	3	3	2	1	2	
E63	3	2	3	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	2	1	1	

E64	3	2	3	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	4	1	3	3	3	4	2	1	1	
E65	3	2	3	1	2	3	5	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	1	2	3	3	3	3	2	1	2	
E66	3	4	4	1	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	1	2	1	4	4	3	4	3	1	2	
E67	3	2	3	1	2	3	4	4	2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	1	3	1	3	1	3	3	2	1	1	
E68	3	4	4	1	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	1	3	1	3	4	3	5	2	1	1	
E69	3	3	3	1	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	2	2	1	3	4	3	3	1	2	
E70	2	3	3	1	2	3	5	3	2	2	1	2	2	3	1	2	3	3	2	2	3	1	3	3	3	3	2	1	2	
E71	3	3	2	1	2	3	5	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	2	3	1	3	3	3	3	1	1	2	
E72	4	2	3	1	3	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	1	3	4	3	3	2	1	2	
E73	2	4	4	1	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	1	4	1	3	4	3	5	3	1	1	
E74	2	3	3	1	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	3	3	1	1	1	1	
E75	4	2	3	1	3	3	5	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	1	1	1	
E76	4	4	4	1	5	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	3	1	4	1	3	4	3	4	3	1	1	
E77	4	3	2	1	3	3	5	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	3	1	3	2	3	3	1	1	2	
E78	3	2	2	1	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	1	3	1	3	4	3	3	2	1	2	
E79	4	4	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	1	4	1	3	4	3	3	3	1	2	
E80	4	3	4	1	3	4	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	1	3	4	3	4	3	1	1	
E81	4	2	3	1	3	3	5	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	2	1	1	
E82	4	4	4	1	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	5	2	4	1	3	4	3	3	3	1	2	
E83	2	3	2	1	3	3	5	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	1	3	2	3	3	2	1	2	
E84	4	3	3	1	3	3	5	3	2	2	1	1	2	3	2	2	3	3	2	1	3	1	3	3	3	1	1	1	2	
E85	4	4	4	1	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	3	1	3	1	4	4	3	3	1	1	
E86	3	2	2	1	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	1	3	3	3	3	1	1	1	
E87	4	3	3	1	3	3	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	1	4	1	3	3	3	1	3	3	2	
E88	4	3	3	1	3	3	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	1	3	1	3	4	3	3	3	3	2	
E89	4	3	3	1	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	1	3	3	3	3	2	1	1	
E90	4	3	3	1	3	3	5	4	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	2	1	2	
E91	4	3	3	1	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	2	1	2	
E92	2	4	4	1	3	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	2	4	1	4	4	3	4	2	2	1	
E93	4	3	3	1	3	3	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	1	3	4	3	3	2	1	1	
E94	2	2	2	1	2	3	5	3	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	1	3	2	3	3	2	1	1	
E95	4	4	4	1	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	2	4	1	3	4	3	4	3	3	1	
E96	2	3	3	1	2	3	5	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	1	3	2	3	3	2	1	1	
E97	4	2	3	1	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	3	3	4	3	4	3	1	
E98	5	2	3	1	3	3	5	3	2	2	1	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	1	3	2	3	1	2	1	1	
E99	4	4	4	1	3	4	5	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	4	3	1	3	1	3	4	3	3	3	1	1	
E100	5	3	3	1	3	3	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	3	1	3	4	3	4	2	1	1	
E101	2	1	1	1	2	3	5	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	2	3	1	2	1	1	
E102	4	4	4	1	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	2	3	1	3	4	3	4	3	3	1	
E103	3	3	2	1	3	3	5	3	2	2	1	2	3	3	2	1	3	3	3	1	3	1	3	2	3	3	2	1	1	
E104	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	1	1	1	
E105	4	3	4	1	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	3	5	3	4	3	4	1	
E106	3	3	2	1	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	2	3	1	1	1	2	
E107	5	4	3	1	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	1	3	3	3	3	2	1	2	
E108	3	4	4	1	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	1	1	
E109	4	3	4	1	3	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	3	1	3	5	3	4	3	4	1	
E110	4	3	4	1	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	1	2	1	1	
E111	2	2	2	1	3	3	5	2	2	2	3	3	4	4	4	2	4	4	3	2	4	1	3	3	4	3	4	3	1	2
E112	5	4	4	1	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	2	3	1	2	
E113	4	3	3	1	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	2	4	1	3	4	3	3	3	1	1	
E114	4	3	3	1	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	1	3	5	3	4	3	4	1	
E115	2	3	2	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1	3	1	3	3	3	4	1	1	2	
E116	2	2	2	1	3	3	5	2	2	2	1	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	1	3	2	3	1	2	1	1	
E117	4	4	4	1	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	5	3	3	2	1	2	
E118	3	3	3	1	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	3	5	3	3	1	1	1	
E119	3	2	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	1	3	3	3	3	2	1	1
E120	4	3	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3	2	3	1	3	2	3	3	2	1	1	
E121	2	2	1	1	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	1	3	1	4	4	3	4	2	1	2	
E122	5	4	4	1	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	3	1	3	3	3	3	2	1	1	
E123	2	4	4	1	4	4	5	5	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3	3	3	2	1	1	2	
E124	3	4	4	1	3	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	1	3	4	3	3	2	1	1	
E125	5	4	4	1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	1	3	4	3	4	3	4	2	1	1
E126	3	2	2	1	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	1	3	2	3	1	1	1
E127	4	4	4	1	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	3	1	4	3	3	4	2	1	2	
E128	2	4	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3	3	3	1	2	1	2	
E129	4	4	5	2	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	1	3	4	3	4	2	1	2	
E130	4																													

E139	4	3	3	1	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	1	1	1	
E140	2	3	2	1	1	3	5	2	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	1	3	2	3	2	1	1	1	
E141	4	3	4	1	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	3	4	5	3	3	2	3	2	
E142	2	3	2	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	1	1	2	
E143	4	3	3	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	1	1	1		
E144	2	3	2	1	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	2	1	1
E145	5	5	4	1	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	2	1	5	2	
E146	2	3	3	1	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	1	3	1	4	4	3	4	2	1	2	
E147	3	3	3	1	1	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	1	3	5	3	4	2	1	2
E148	1	3	2	1	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	4	2	3	1	
149	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	1	3	1	3	4	3	4	1	1	1	
E150	2	3	2	1	1	2	4	1	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	1	1	3	1	3	4	2	2	1	1	1	

VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

(JUCIO DE EXPERTOS)

Yo, SANCHEZ CHAVEZ ROGER MANUEL, IDENTIFICADO CON D.N.I.:26705516, con grado académico de MAESTRO EN CIENCIAS mención: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EMPRESARIAL, de la Universidad Nacional de Cajamarca, Hago constar que he leído y revisado los 29 ítems del Cuestionario, correspondiente a la Tesis de Maestría : " La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018 ",de la maestrante JESSICA KAROL VALDERRAMA DELGADO.

Luego de la evaluación de cada ítem y realizada las correcciones respectivas, se aprueba el instrumento para su utilización.

Lugar y Fecha: Cajamarca,20 de agosto del 2018.



.....
FIRMA DEL EVALUADOR

VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

(JUCIO DE EXPERTOS)

Yo, OTILIA LOYITA PALOMINO CORREA, IDENTIFICADO CON D.N.I:42180989, con grado académico de MAESTRO EN DERECHO mención: DERECHO PENAL, DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA GUILLERMO URRELO, Hago constar que he leído y revisado los 29 ítems del Cuestionario, correspondiente a la Tesis de Maestría: "La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario en el Centro de Atención al Ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca-2018", del maestrante JESSICA KAROL VALDERRAMA DELGADO.

Luego de la evaluación de cada ítem y realizada las correcciones respectivas, se aprueba el instrumento para su utilización.

Lugar y Fecha: Cajamarca, 20 de agosto del 2018.



.....
FIRMA DEL EVALUADOR