

PROPUESTA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA GERENCIA SUB REGIONAL MORROPÓN - HUANCABAMBA.
QUALITY MANAGEMENT PROPOSAL TO IMPROVE USER SATISFACTION IN THE MORROPÓN - HUANCABAMBA SUB REGIONAL MANAGEMENT.

Autores: ¹Ibraín Adriano Holguín Rivera, ²Manuel Arístides Holguín Rivera, ³Guisella de los Milagros Ocaña Palacios y ⁴Cecilia Teresita de Jesús Carbajal Llauce

¹ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8049-3391>

²ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2574-2257>

³ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-6154-0041>

⁴ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1162-8755>

¹E-mail de contacto: iholguin@ucvvirtual.edu.pe

²E-mail de contacto: holguinm@hotmail.com

³E-mail de contacto: gdocanap@ucvvirtual.edu.pe

⁴E-mail de contacto: cllaucect@ucvvirtual.edu.pe

Artículo recibido: 20 de Agosto del 2021

Artículo revisado: 26 de Agosto del 2021

Artículo aprobado: 30 de Agosto del 2021

¹Ingeniero industrial egresado de la Universidad Nacional de Piura (Perú). Con 32 años de experiencia laboral. Posee una Maestría en Gestión Pública de la Universidad Cesar Vallejo (Perú). Posee un PhD en Gestión Pública y Gobernabilidad de la Universidad Cesar Vallejo (Perú).

²Ingeniero Agrónomo egresado de la Universidad Nacional de Piura (Perú). Posee una Maestría en Gestión Pública de la Universidad Cesar Vallejo (Perú). Posee un PhD en Gestión Pública y Gobernabilidad de la Universidad Cesar Vallejo (Perú).

³Contadora pública colegiada egresada de la Universidad Nacional de Piura (Perú). Con 21 años de experiencia laboral. Posee una Maestría en Administración con Mención en Gerencia Empresarial de la Universidad Nacional de Piura (Perú). Posee un PhD en Gestión Pública y Gobernabilidad de la Universidad Cesar Vallejo (Perú).

⁴Licenciada en Educación Primaria y Abogada egresada por la Universidad Privada Cesar Vallejo, (Perú) y Universidad Señor de Sipán, (Perú); respectivamente, con doce (12) años de experiencia laboral. Posee una Maestría en Psicología Educativa y Gestión Pública de la Universidad Cesar Vallejo (Perú). Posee un PhD en Gestión Pública y Gobernabilidad de la Universidad Cesar Vallejo (Perú).

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar una propuesta de gestión de calidad que permita mejorar la satisfacción del usuario en la Gerencia Sub Regional Morropón–Huancabamba. Se desarrolló un estudio de tipo básico, descriptivo, propositivo, no experimental y de enfoque cuantitativo. Se realizó una encuesta utilizando un cuestionario validado por juicio de expertos. La muestra incluyó a 90 usuarios en quienes se evaluó la variable propuesta de gestión de calidad que incluye las dimensiones fiabilidad, responsabilidad, empatía y tangibilidad. Asimismo, se midió la variable satisfacción del usuario mediante tres dimensiones: comunicación, transparencia y expectativa. Se usó el paquete estadístico SPSS y estimamos la confiabilidad a través del Alfa de Cronbach en una prueba piloto a 25 usuarios. Los resultados muestran que en lo referido a la variable

propuesta de gestión de calidad el 50% de los usuarios encuestados tuvieron un nivel medio y 3.3% un nivel bajo, frente al 46.7% con nivel alto. Lo cual evidencia que el 53.3% de los usuarios tiene la percepción que la gestión de calidad es deficiente. En lo referente a la variable satisfacción de los usuarios, el 40% percibe un nivel alto, 56.7% un nivel medio y el 3.3% un nivel bajo; ello implica que el 60% considera una satisfacción del usuario limitada. En base a nuestros hallazgos, resulta necesario, gestar una propuesta a través de un plan de gestión de calidad con la finalidad de mejorar la satisfacción del usuario en la Gerencia Sub Regional Morropón – Huancabamba.

Palabras claves: Calidad de servicio, gestión de calidad, satisfacción del usuario.

Abstract

The objective of this research was to design a quality management proposal that improves user satisfaction in the Morropón-

Huancabamba Sub-Regional Management. A basic, descriptive, purposeful, non-experimental study with a quantitative approach was developed. A survey was conducted using a questionnaire validated by expert judgment. The sample included 90 users in whom the proposed variable of quality management was evaluated, which includes the dimensions of reliability, responsibility, empathy and tangibility. Likewise, the user satisfaction variable was measured using three dimensions: communication, transparency and expectation. The SPSS statistical package was used and we estimated the reliability through Cronbach's Alpha in a pilot test with 25 users. The results show that with regard to the proposed variable of quality management, 50% of the surveyed users had a medium level and 3.3% a low level, compared to 46.7% with a high level. Which shows that 53.3% of users have the perception that quality management is deficient. Regarding the user satisfaction variable, 40% perceive a high level, 56.7% a medium level and 3.3% a low level; this implies that 60% consider limited user satisfaction. Based on our findings, it is necessary to develop a proposal through a quality management plan in order to improve user satisfaction in the Morropón - Huancabamba Sub-Regional Management.

Keywords: Quality of service, quality management, user satisfaction.

Sumário

O objetivo desta pesquisa foi traçar uma proposta de gestão da qualidade que permita melhorar a satisfação do usuário na Gestão Sub-Regional Morropón-Huancabamba. Foi desenvolvido um estudo básico, descritivo, proposital, não experimental, com abordagem quantitativa. A pesquisa foi realizada por meio de um questionário validado por avaliação de especialistas. A amostra incluiu 90 usuários nos quais foi avaliada a variável proposta de gestão da qualidade, que inclui as dimensões confiabilidade, responsabilidade, empatia e tangibilidade. Da mesma forma, a variável satisfação do usuário foi medida por meio de três dimensões: comunicação, transparência e expectativa. Foi utilizado o pacote estatístico

SPSS e estimamos a confiabilidade por meio do Alpha de Cronbach em um teste piloto com 25 usuários. Os resultados mostram que em relação à variável proposta de gestão da qualidade, 50% dos usuários pesquisados possuíam nível médio e 3,3% nível baixo, contra 46,7% com nível alto. O que mostra que 53,3% dos usuários têm a percepção de que a gestão da qualidade é deficiente. Em relação à variável satisfação do usuário, 40% percebem um nível alto, 56,7% um nível médio e 3,3% um nível baixo; isso significa que 60% consideram a satisfação do usuário limitada. Com base em nossas constatações, é necessário desenvolver uma proposta através de um plano de gestão da qualidade para melhorar a satisfação dos usuários na Gestão Sub-Regional Morropón - Huancabamba.

Palavras-chave: Qualidade de serviço, gestão da qualidade, satisfação do usuário.

Introducción

Según la Escuela Europea de Excelencia (2017) la orientación, así como la satisfacción de sus clientes forma parte de los pilares fundamentales para la gestión en las organizaciones, recogiendo en algunas oportunidades la gestión en base a calidad establecida en el modelo dado por las normas ISO 9000. Por lo tanto, al interior de una organización el cliente tiene un tratamiento preponderante en la gestión de la misma. Por ello, el primer principio contemplado en las normas ISO 9000 establece que las organizaciones implementen una orientación hacia el cliente.

En el mismo sentido, la norma ISO 9001 determina que las organizaciones deben implementar acciones para contar con información relacionada con la satisfacción de los clientes, ya que dicha norma busca perfeccionar la satisfacción de los clientes, por ello el papel transcendental que este juega en la organización.

En las instituciones públicas también se ha implementado la lógica del consumo en el trato con los ciudadanos, aplicando patrones de servicio iguales o similares a los utilizados en las organizaciones particulares o privadas, teniendo el reto de prepararse con las estrategias, patrones y procesos necesarios para afrontar dicha corriente (Máttar & Mauricio, 2017).

Entonces, para la administración pública se puede decir que los ciudadanos no solamente son los beneficiarios o representados que reciben un servicio por parte de esta, si no que actualmente se les considera como ciudadanos y clientes al mismo tiempo, que esperan con el pago de sus impuestos recibir servicios de calidad. Las instituciones deben implementar estrategias y sistemas pensados en el ciudadano-cliente para lograr los estándares o patrones de servicio.

La OCDE, que es una organización creada con fines de cooperación y para alcanzar el desarrollo económico, es un espacio de trabajo que agrupa a diferentes gobiernos con régimen democrático que discuten de manera conjunta temas para afrontar la problemática en torno la sostenibilidad ambiental, los conflictos sociales y los retos de índole económicos que se producen como consecuencia de la creciente comunicación y dependencia entre los diferentes países (Aghón, 2018). La OCDE se encuentra en primera fila con las acciones para entender y coadyuvar a todos los gobiernos en reconocer los sucesos y argumentos recientemente generados, entre los que tenemos a la gobernanza, a la economía de la información y los retos provocados por la degeneración de la población.

OCDE/CAF/CEPAL (2018) señala que la OCDE brinda un espacio donde los gobiernos

tienen la oportunidad de intercambiar prácticas de políticas públicas, investigar respuestas a problemas comunes, reconocer buenas prácticas y ocuparse, de manera conjunta, en relación a políticas nacionales e internacionales.

Para Abramo, Cecchini & Morales (2019) nuestro país, es uno integrantes que destaca por ser encontrarse entre los más dinámicos de esta organización, y ha sido uno de los primeros participantes mediante el Programa de País desarrollado por la OCDE, establecido el año 2013, que se desplegó alrededor de cinco espacios sumamente importantes, tales como el desarrollo económico; la lucha contra la corrupción y acceso público a la información; la gobernabilidad y la gobernanza; la sostenibilidad ambiental; y asimismo el crecimiento de la productividad acompañada de la mejora del capital humano. Mediante este trabajo coordinado se ha desarrollado proyectos que han permitido revisar las políticas, crear e implementar temas relacionados con la mejora de la capacidad, todo esto ha permitido que el Perú sea integrante de los diferentes comités allí conformados; dando como resultado que sea parte de ciertas herramientas del ámbito jurídico.

En los últimos veinte años el Fondo Monetario internacional (FMI), así como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) brindaron acompañamiento a la mayoría de países de nuestro continente, entre ellos Perú, en relación a la Gestión de las Finanzas Públicas - GFP y también ayudaron a todos sus integrantes implementar de manera óptima las transformaciones para la gestión en las finanzas. Teniendo como resultado la implementación de la cuenta general del tesoro público, la evaluación del desempeño a través de indicadores, sistema integrado para la administración financiera, contabilidad

gubernamental. Asimismo, sistema para gestionar el sistema de tesorería y servicio de la deuda, así como del sistema de abastecimiento (Pimenta & Pessoa, 2015).

En base a la problemática propusimos como proyecto de investigación la realización de un estudio descriptivo- propositivo para mejorar la satisfacción del usuario de la Gerencia Sub Regional que tiene como ámbito de acción a las Provincias de Morropón y de Huancabamba; así como los distritos de Pacaipampa y Frías de la Provincia de Ayabaca, a partir del desarrollo de una propuesta de gestión de calidad.

En ese sentido, y de acuerdo a lo indicado en los párrafos anteriores, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿En qué medida el diseño de una propuesta viabiliza la gestión de calidad para la satisfacción de los usuarios de la Gerencia Sub Regional Morropón - Huancabamba?

Como justificación debemos indicar que el grado de satisfacción del usuario crea una influencia encaminada para alcanzar los logros esperados partiendo desde la utilización conveniente de los recursos a favor de la sociedad en general, ya que una adecuada orientación de las inversiones se traduce en mejores condiciones de vida de toda una población.

De esta manera, los habitantes que pagan sus impuestos de manera oportuna sienten que el uso adecuado de dichos recursos le están mejorando su estándar de vida, es decir una mejor calidad de vida.

La importancia del presente estudio se sostiene en que la ejecución oportuna de las inversiones y de los servicios brinda mejores condiciones a

la sociedad, recuperando el nivel de confianza de parte del usuario hacia la institución.

Este estudio se desarrolló con el propósito de plantear una gestión con calidad que mejore el uso adecuado de los recursos, tangibles y no tangibles, en la gerencia sub regional, que permita que las metas, objetivos y estrategias propuestas se basen en la realidad al interior de la misma y de la realidad del entorno que permita tomar decisiones apropiadas, además mejorar de manera progresiva la capacidad para solucionar los problemas que tiene la población de su jurisdicción.

Al manejar este instrumento de gestión logaremos resultados muy propicios, basados en objetivos estratégicos más palpables y asequibles, manejando una propuesta bastante fundamentada, que al implementarla la institución sabrá a donde quiere dirigirse y que resultados desea obtener, siempre teniendo como norte brindar bienestar a la Población.

El objetivo general de este estudio, estuvo destinado a formular una propuesta para la gestión de calidad que nos permita mejorar la satisfacción de los usuarios en Gerencia Sub Regional Morropón - Huancabamba. Igualmente, como objetivos específicos se plantearon: Diagnosticar la influencia de la propuesta de gestión de calidad en la satisfacción de los usuarios en la Gerencia Sub Regional Morropón - Huancabamba; asimismo identificar una propuesta que viabilice la gestión de calidad en la satisfacción del usuario en Gerencia Sub Regional Morropón - Huancabamba; además formular una propuesta para viabilizar la gestión de calidad en la satisfacción del usuario en la Gerencia Sub Regional Morropón - Huancabamba; y finalmente, validar una propuesta para viabilizar la gestión de calidad en la satisfacción

del usuario en Gerencia Sub Regional Morropón - Huancabamba.

Por último, nuestra hipótesis de investigación queda que planteamos es la siguiente: Si se desarrolla una propuesta para incrementar la gestión de calidad entonces se dispone de una herramienta para desarrollar la satisfacción del usuario en la Gerencia Sub Regional Morropón – Huancabamba

Desarrollo

Vila (2017) determina que la administración debe implementar un nuevo estilo para gestionar los servicios deportivos, que le permita lograr el objetivo de superar la competencia de otras empresas desarrolladas en un ambiente complejo, cambiante y altamente dinámico. Además, que para lograr resultados óptimos se debe monitorear el nivel de la satisfacción del usuario, asumiendo dicha responsabilidad el personal que trabaja en la parte directiva y de la parte operativa. Es decir, todo lo que hagan o digan los servidores de una institución puede influir en la percepción que tengan los usuarios respecto a esta.

Por su parte, Prado (2017) en la investigación sobre los indicadores para la gestión en las municipalidades, tesis desarrollada para alcanzar su grado académico de maestro por la Universidad de Salamanca, señala que la gestión municipalidad se desarrolló de manera trascendente desde la implementación de diferentes indicadores de control, lo que ha sucedido esencialmente por la alta dificultad que se presenta para utilizar algunos mecanismos de mercado entre los usuarios, los cuales tienen la facultad de seleccionar y reclamar, haciendo uso de la capacidad de elección, buscando contar con servicios de mejor calidad; y que la atención se brinde en otros ámbitos geográficos o lugares.

Asimismo, que de manera periódica debe evaluarse la adecuada administración y uso de los recursos que percibe cada municipalidad, tanto los que transfiere el gobierno central y los que aportan los ciudadanos de su jurisdicción, para lo cual resulta muy factible utilizar indicadores que permitan medir el buen uso de los recursos financieros en el sector público.

Que así se tiene una perspectiva general de los indicadores de gestión para usarlos en la evaluación del quehacer municipal, desde una situación anterior hasta la actual y las expectativas para el futuro, lo cual motivaría para que la municipalidad implemente denodadas actividades para mejorar los servicios que brinda, además de ser un aporte interesante de información para otras instituciones.

Por tanto, para satisfacer a los usuarios resulta necesario tomar en cuenta las expectativas que ellos tienen, para brindar servicios adaptados dichas expectativas, es un servicio de calidad.

En la investigación de Nicolás (2014) señala que se trata de la metodología del tipo exploratoria con una naturaleza de índole cuantitativa, habiendo desarrollado encuestas para cada una de las variables, en la que se solicita que los encuestados evalúen su percepción en relación al servicio y que esperan de parte de la secretaria de justicia, es decir, cuáles son sus expectativas.

A partir de sus resultados llega a la conclusión que el procedimiento concerniente a ofrecer calidad en el servicio resulta sumamente trascendental, primeramente, se tiene que tener en consideración lo fundamental que es ofrecer servicios de calidad, y después examinar el grado de calidad que se forja en los usuarios. Siendo necesario observar los aspectos que

posee a favor y en contra, con la finalidad de mejorar los positivos y reducir los negativos, teniendo como objetivo brindar un servicio óptimo.

Entonces, la calidad en el servicio dado a los usuarios es uno de aquellos insumos que son clave para la satisfacción que este percibe, la cual es la imagen que se proyecta en ellos; lo cual la diferencia de otras instituciones, y además se crea una corriente de opinión ya sea positiva o negativa respecto a la organización.

Por otro lado, Cortés (2015) manifiesta que el principal objetivo de su investigación es revelar los diferentes niveles de apreciación que tienen los usuarios respecto al servicio que ofrece el poder judicial en Colombia a través de su sistema, sobre todo en el caso de los procesos judiciales; habiendo realizado un estudio investigación utilizando la indagación exploratoria para determinar si la calidad de servicio en los usuarios da motivo para que el sistema judicial sea inoperante o ineficiente, con la finalidad de demostrar la hipótesis relacionada con los servicios que brindan los órganos jurisdiccionales de Colombia en el ámbito civil.

Para ello se aplicaron encuestas a los usuarios del sistema, tanto a los litigantes y a los no litigantes, para determinar la percepción a través de casos en desarrollo, determinando que el servicio no cubre las expectativas de los usuarios.

Ello nos indica que la aplicación de encuestas para tener información sobre la percepción que tiene la ciudadanía de la satisfacción con respecto al servicio que presta una organización, es un instrumento válido para tal fin.

Maggi (2018) planteó como objetivo general estimar el nivel de la satisfacción de los consumidores con respecto a la atención y la calidad, dentro de un grupo de hospitales de servicio público, pertenecientes a una red, la metodología en esta investigación se consideró como hipotético tipo descriptivo, así como descriptivo y correlacional, cuya muestra fue de 357 personas que representaban a los niños, a quienes desarrollaron los cuestionarios a fin de determinar la calidad del servicio, así como la satisfacción de los clientes, el cuestionario fue validado en relación a la confiabilidad. Cuyos resultados señalan que en cuanto a la dimensión tangibilidad representa un promedio de 0.1575, mientras que la fiabilidad da un promedio 0.5675 como insatisfacción, en tanto la capacidad de respuesta posee un nivel de insatisfacción -0.162, la dimensión seguridad cuenta con valor de 0.593 de insatisfacción, y la dimensión empatía posee un 0.054 de insatisfacción. Concluyendo que se tiene un bajo nivel de satisfacción del usuario debido a que se tiene un servicio insuficiente, es decir no óptimo.

Este trabajo realizado en el país vecino de Ecuador resulta muy importante como aporte para nuestra investigación porque toma en cuenta dimensiones que están relacionadas con nuestro trabajo.

Valencia (2015) en el trabajo realizado sobre la satisfacción de los clientes en relación a la calidad de los servicios, se trazó como objetivo analizar e identificar los factores concluyentes de la satisfacción del cliente y su afinidad con la calidad de los servicios en Cartagena Solutions Propiedad Horizontal S.A.S., con el fin de enunciar pautas apropiadas que ayuden a optimizar dicha situación. El trabajo se consideró de tipo descriptivo, correlacional, tomando como muestra a 59

clientes, los cuestionarios utilizados se validaron oportunamente, los resultados arrojan que un 44,1% de los clientes estimó un 10 para su satisfacción, el 32,2% considero un 8, y por último el 10,2% lo considera un 9. Respecto a calidad de servicio estos resultados obtenidos revelan que, al analizar a partir del género, se halló que los varones tienen la más alta percepción en relación a la fiabilidad (1,1897), sin embargo, las mujeres consideran de mejor manera en el caso de los elementos tangibles (0,9625), así mismo, se estableció que los dos géneros estimaron de la peor manera lo que tiene que ver con seguridad o la garantía brindada, considerando para los varones un valor de -0,7125 y para femeninos el valor de 0,6987. Concluyendo que la satisfacción del cliente está vinculada con la calidad del servicio que brinde la organización.

Dicha investigación, realizada en Colombia, tiene un aporte mucho importante para nuestra tesis, ya se desarrolla en base a las mismas variables.

El objetivo del trabajo realizado por Huamán (2017) es determinar la correspondencia que se da para la calidad del servicio con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Corongo, tratándose de un estudio correlacional, realizando una encuesta con un cuestionario relacionado con las variables en estudio.

Luego realiza un análisis inferencial, concluyendo acerca de la calidad en los servicios de la Municipalidad de Corongo que esta es considerada por los usuarios como moderada, representando un 85% de los usuarios, arrojando más categoría el talento de los servidores municipalidades para dar respuesta.

Este trabajo también es de mucha importancia en la presente investigación porque toma en cuenta las mismas variables y dimensiones.

Maldonado (2017) señala como objetivo de su investigación establecer el grado de satisfacción con respecto de la conciliación extrajudicial por parte los usuarios en la Defensoría del Niño y del Adolescente de la Municipalidad Distrital de San Antonio en la provincia de Huarochiri, desarrollado bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal, tipo descriptivo, tomando una muestra de 50 usuarios, aplicando un cuestionario para una encuesta, aplicada a toda la muestra. Utilizando el método hipotético deductivo de corte cuantitativo, concluyendo que el 86% de los usuarios aprecian de manera favorable la satisfacción del usuario relacionada con el procedimiento de la conciliación extrajudicial.

La investigación indicada en los párrafos precedentes aporta para el caso de nuestro trabajo ya que contempla la variable satisfacción del usuario.

Valverde (2017) determinó el grado o nivel de satisfacción del usuario en el Poder Judicial de Sihuas, para lo cual realizó un diseño tipo descriptivo simple, utilizando una muestra compuesta por 59 usuarios, aplicando una encuesta a través de un cuestionario para evaluar las variables. La información se procesó mediante la estadística inferencial y descriptiva a través del SPSS, determinando que un 69.5% de los usuarios que asisten al Poder Judicial de Sihuas indicaron su insatisfacción y solamente un 30.5% de los usuarios señalaron satisfacción por la calidad recibida en el servicio.

Al igual, que en el caso anterior este trabajo contempla como variable la satisfacción del

usuario, por lo que resulta de mucha importancia para la presente investigación.

El estudio realizado por Cama (2017) tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuarios con la calidad del servicio del juzgado de Paz Letrado del distrito de Puente Piedra, con un modelo de tipo no experimental, utilizando el diseño de tipo correlacional descriptivo, tomando una muestra aleatoria simple compuesta por 100 usuarios, manejando a nivel de técnica una encuesta y un cuestionario como instrumento, para determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario y la calidad del servicio.

Utilizando para ello análisis inferencial con Rho Spearman, demostrando una moderada relación positiva $r=0,313$ de la calidad del servicio con la satisfacción del usuario, determinando que existe la relación directa entre el grado de satisfacción del usuario desde el grado de calidad del servicio.

Esta tesis, también consta de las variables y de las dimensiones tomadas en nuestra investigación, por lo tanto, resulta de mucha importancia en el desarrollo del presente trabajo.

Asimismo, tenemos el estudio sobre la gestión de calidad para determinar la contribución en mejorar la satisfacción del usuario de una Municipalidad del ámbito de Piura, realizado por Paiva & Meca (2018) cuyo objetivo es establecer si la gestión de calidad en los servicios favorece el grado de satisfacción de los usuarios en dicha municipalidad, aplicando para ello el método deductivo, considerando una investigación de tipo transeccional y causal, siendo el diseño no experimental. La recopilación de información se efectuó a través de cuestionario con escala tipo ordinal,

determinando que el 40.5 por ciento de los usuarios perciben que la gestión del servicio, en cuanto a calidad, como bastante deficiente.

Sobre la satisfacción del usuario, un 32,8% percibe que es regular, por lo puede señalarse que la gestión del servicio en cuanto a calidad no se está desarrollando de manera correcta, lo cual afecta a los usuarios en la municipalidad, por lo que recomienda poner en práctica estrategias que mejoren el nivel de los servidores de la municipalidad, mediante la implementación del desarrollo de capacidades a través de capacitación permanente y el estímulo a través de una filosofía que permita con una gestión de calidad óptima.

Rojas (2017) en el estudio Influencia de la Calidad del Servicio sobre la Satisfacción de los Usuarios en la Municipalidad del distrito de Pueblo Nuevo, en la provincia de Chíncha, de la región Ica; siendo la finalidad establecer como la satisfacción del usuario se ve influenciada por la calidad del servicio en la mencionada municipalidad. De acuerdo a los resultados se determinó que hay correlación alta positiva de 0.859, según el valor de Pearson, de la calidad de servicio con respecto a la satisfacción de los usuarios de dicha municipalidad; resultando que el 32.6% de los encuestados, respecto a la calidad del servicio, lo califica en el nivel “a veces” señalando que la calidad de servicio se ubica en un nivel “casi siempre”. Respecto a la eficiencia se evidencia una correlación positiva alta de 0.834 en cuanto a la expectativa de los usuarios, lo cual es concordante con lo anterior, el 21% de los entrevistados señala que la eficacia se aprecia como “a veces”, lo que implica que influiría en la fidelización de los usuarios.

Al igual, que los casos anteriores, esta investigación también toma en cuenta la

variable calidad del servicio y la variable satisfacción del usuario, las mismas que han sido utilizadas en la presente tesis, lo que hace que sea muy importante el aporte que brinda a la misma.

La calidad puede considerarse como el nivel de observancia de los requisitos de un servicio o de un producto, que lo ubica en lugar preferencia para el cliente. Esto se logra cuando en las organizaciones las actividades en su conjunto funcionan de la mejor manera (Riveros, 2007).

Para definir la calidad debemos tomar en cuenta el concepto de la palabra cliente. Se dice que cliente es cualquier persona que se ve influenciado por el producto, proceso, o por el servicio (Gryna, Chua, & Defeo, 2007).

La gestión de calidad es una manera de perfeccionar de manera continua el desempeño a nivel empresarial en sistemas operacionales y áreas de tipo funcional en la empresa mediante el uso de capital y recursos humanos (Brocka & Brocka, 1994).

Matsumoto (2014) considera que la calidad es producir un bien o brindar servicio que como mínimo sea bueno, realizando las cosas de forma correcta; es decir, produciendo lo que los clientes deseen.

Se señala que para lograr la satisfacción del cliente se debe trabajar la calidad del servicio, el cual ira desde la insatisfacción considerada como extrema hasta la gran complacencia de la mayor satisfacción (Deming, 1989, citado por Redhead, 2015).

La Calidad de servicio se puede considera como la capacidad del mismo para cumplir con los usuarios o clientes sobre la base de un número de medidas las cuales identifican la manera que

dicho servicio es ofrecido a los beneficiarios, considerando como dimensiones la tangibilidad, empatía, garantía, y confiabilidad (Kotler, 2001, citado por Alarcón, 2017).

Zeithaml (2016) declaró a la calidad de servicio como un procedimiento en el cual los clientes efectúan de manera comparativa un examen de todos los servicios que se le prestan. Igualmente, Sureshchandar et al. (2017) señalaron en relación a las organizaciones que prestan servicios que estas pueden alcanzar una superioridad competitiva encima de la competencia mediante una buena calidad de servicio.

Abd-el-Salam, et al. (2016) consideran a la satisfacción de los clientes como consecuencia del cotejo de la calidad percibida con el servicio real que recibe el cliente. La comparación mencionada genera la satisfacción o la insatisfacción del cliente.

La satisfacción para el caso del cliente, igualmente, puede ser influenciada por las particularidades del servicio, el precio, la calidad del servicio y las percepciones acerca del producto. No obstante, el discernimiento del consumidor parte de una evocación directa de como el cliente valora el servicio recibido (Naidoo, 2015).

Para Zeithaml (2016) se puede considerar la satisfacción del cliente como satisfacción, propiamente dicha, ambivalencia o placer en base a la clase de servicio que se brinda a los clientes en una ocasión determinada (Zeithaml, 2016).

La satisfacción se relacionada con el concepto de juicio o evaluación, para lo cual se integran las expectativas y la experiencia que se tenga con el consumo a lo largo que pasa el tiempo.

Una experiencia similar o mejor a la esperada siempre causará satisfacción. En cambio, una experiencia vista como que se sitúa en un nivel inferior de lo esperado, lo cual se considera como no satisfactoria (Caruana, 2016).

Chiavenato, (2015) considera que la satisfacción del usuario es la percepción que se posee con respecto al servicio.

Louffat, (2012) señala que la satisfacción del usuario es consecuencia del cumplimiento de ciertas expectativas de los usuarios respecto de los servicios que se le ofrece.

Chiavenato, (2011) califica a la satisfacción del usuario como un acto a través del cual se puede conocer mejor sus expectativas y necesidades para contar con los servicios solicitados y de manera muy eficiente.

Schermerhorn, (2010) señala en relación a la satisfacción del cliente que se produce en base a como la organización cumpla en cuanto a expectativas del servicio que brinda.

Las expectativas comprenden los dogmas acerca de la entrega de los servicios, los cuales pueden servir como como puntos de referencia o estándares que permiten calificar el trabajo de una organización. Se puede decir que es la expectativa del cliente en relación a un servicio, las cuales se generan mediante la comunicación y además según la experiencia de las demás personas (Matsumoto, 2014).

La percepción es la manera como aprecian las personas el servicio. Es decir, como valoran los servicios recibidos por parte de la organización. Las mismas se conectan con las dimensiones o características de la calidad del servicio que pueden ser; empatía, seguridad, elementos

tangibles, sensibilidad y confiabilidad, (Matsumoto, 2014).

Metodología

Población, muestra y muestreo

La población estuvo constituida por 360 usuarios de la Gerencia Sub Regional Morropón Huancabamba. La muestra utilizada fue conformada por 90 usuarios de la Gerencia Sub Regional Morropón Huancabamba. La determinación de la muestra se realizó de manera no probabilística. La muestra de estudio correspondió al 25 % de la población de usuarios por criterio de los investigadores.

Procedimientos

Para realizar el trabajo de investigación se obtuvo la autorización por parte de la administración de la Gerencia Sub regional Morropón Huancabamba, para tener acceso a información requerida, así como a sus instalaciones de ser necesario.

Análisis de resultados.

Después de aplicar los instrumentos de investigación se obtuvieron los resultados relacionados con las dimensiones de cada una de las variables. Se presentan los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, a través de un cuestionario de preguntas.

Tabla 1 Estado civil de los encuestados.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	23	25.6%
Casado	67	74.4%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

Según los resultados que aparecen en la tabla 1, se observa que el 25.6% de los entrevistados son solteros, y el 74.4% son casados, lo que indica que la mayor parte de los usuarios son casados.

Tabla 2 Distribución de los encuestados por edad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 25 a 30 años	17	18.9%
De 31 a 35 años	11	12.2%
De 36 a 40 años	19	21.1%
De 41 a 45 años	24	26.7%
De 46 a 50 años	14	15.6%
De 51 a 55 años	3	3.3%
De 56 a 60 años	2	2.2%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

En la tabla 2, se observa que la mayor parte de los encuestados tiene entre 41 a 45 años de edad, lo que representa 26.7%, el 21.6% tiene entre 36 a 40 años, el 18.9% entre 25 a 30 años, el 15.6% entre 26 a 50 años, el 12.2% entre 31 a 35 años, el 3.3% entre 50 a 55 años y, finalmente, el 2.2.% entre 56 a 60 años.

Tabla 3 Distribución de los encuestados por sexo.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	71	78.9%
Femenino	19	21.1%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

A través de la tabla 3, se puede indicar en relación a los entrevistados que el porcentaje de varones 78.9%, prevalece sobre el de las mujeres de 21.1%, lo que permite señalar que la mayor parte de los usuarios son varones.

Tabla 4 Resultados de la variable propuesta de gestión de calidad.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (81-100)	42	46.7%
Medio (41-80)	45	50%
Bajo (0-40)	3	3.3%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

En lo que compete a la variable propuesta de gestión de calidad, la cual es necesario diagnosticar su influencia, para formular, identificar y formular una propuesta de gestión de calidad, según la tabla 4, se aprecia que de los usuarios encuestados arrojan un 50% en nivel medio y el 3.3% presenta un nivel bajo, comparado con el 46.7% que se ubica en el nivel

alto; lo cual evidencia que el 53.3% de los usuarios perciben la gestión de calidad como deficiente.

Tabla 5 Resultados de la dimensión fiabilidad.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (21-25)	39	43.3%
Medio (11-20)	48	53.3%
Bajo (0-10)	3	3.4%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

Dentro de la variable propuesta de gestión de calidad, se analizó la primera dimensión denominada fiabilidad; la cual está orientada a poder determinar cómo el usuario percibe si el servicio que le han brindado se realiza de forma cuidadosa y con la formalidad; los resultados que se visualizan en la tabla 5 indican que el 3.3% tienen una percepción en un nivel bajo y un 53.3% en el nivel medio; y el 43.3% restante en el nivel alto. Esto evidencia que la mayor parte de los usuarios perciben la calidad del servicio, respecto a la atención, el trato, la honestidad y confianza, como insuficiente.

Tabla 6 Resultados de la dimensión responsabilidad.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (21-25)	41	45.6%
Medio (11-20)	46	51%
Bajo (0-10)	3	3.4%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

Mediante la tabla 6 se analizó la dimensión responsabilidad, la cual se orienta a determinar en qué medida los usuarios perciben que los trabajadores, muestran compromiso, cumplimiento, puntualidad y credibilidad en la atención que brindan; se determinó que un 45.6% de usuarios consideran un nivel alto, un 51.1% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo, lo cual determina que la mayor parte de los usuarios perciben el conocimiento, la seguridad y la atención por parte de los servidores es insuficiente.

Tabla 7 Resultados de la dimensión empatía.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (21-25)	38	42.2%
Medio (11-20)	49	54.4%
Bajo (0-10)	3	3.4%
Total	196	100%

Fuente: Los autores.

La otra dimensión trabajada fue empatía, a través de la cual se determina a través de la preocupación por los demás y la disposición para escuchar, por parte de los trabajadores. Los resultados, que aparecen en la tabla 7 indican que un 42.2 % de usuarios lo ubican un nivel alto, un 54.4% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo; esto evidencia que la mayor parte de los usuarios perciben que la cortesía para poder entender y resolver sus necesidades por parte de los servidores es escasa.

Tabla 8 Resultados de la dimensión tangibilidad.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (21-25)	25	27.8%
Medio (11-20)	46	51.1%
Bajo (0-10)	19	21.1%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

Como se aprecia en la tabla 8, la dimensión evaluada tangibilidad tiene relación con la percepción que tienen los usuarios respecto a la infraestructura, los equipos y el material con que cuentan los trabajadores para brindar los servicios. Los resultados indican que un 27.8% de los usuarios sobre materia de estudio se encuentra en un nivel alto, mientras que un 51.1% en un nivel medio que sumado al 21.1% de las personas en el nivel bajo, representa una mayoría del 72.2 % consideran que la infraestructura con la que cuentan, no responde a las características de cada área de trabajo para facilitar un buen desempeño profesional y que el espacio de las oficinas de trabajo de los servidores no es adecuado para facilitar el acceso de los usuarios en la atención correspondiente.

Tabla 9 Resultados de la variable satisfacción del usuario.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (21-25)	36	40%
Medio (11-20)	51	56.7%
Bajo (0-10)	3	3.3%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

En relación a la variable en estudio satisfacción del usuario, se deduce a partir de la tabla 9, que los usuarios encuestados, reflejan un 40% en un nivel alto, un 56.7% un nivel medio y el 3.3% en el nivel bajo; por lo que, se evidencia que el 60% considera una satisfacción del usuario limitada, vista desde la percepción que se posee en cuanto al servicio, así como consecuencia del cumplimiento de ciertas expectativas que tiene el usuario respecto de los servicios que se le ofrece y para contar con los servicios requeridos de manera muy eficaz.

Tabla 10 Resultados de la dimensión comunicación.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (21-25)	26	28.9%
Medio (11-20)	58	64.4%
Bajo (0-10)	6	6.7%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

En la tabla 10, se analizó la primera dimensión comunicación, vista factor valioso para la variable satisfacción del usuario; los resultados muestran que el 6.7 % tienen una percepción en un nivel bajo y un 64.4% se sitúa en un nivel medio; y el 28.9% restante en el nivel alto. Lo cual evidencia que la mayor parte de los usuarios, representada por el 71.1%, perciben la comunicación como insuficiente, en relación a recepción de sugerencias para mejorar el trato a los usuarios, colaboración comunicativa de los trabajadores, recomendación para hacer uso nuevamente de los servicios y predisposición a escuchar al usuario.

Tabla 11 Resultados de la dimensión transparencia.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (21-25)	40	44.4%
Medio (11-20)	47	52.2%
Bajo (0-10)	3	3.4%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

La otra dimensión analizada fue la transparencia, a través de la cual se determina mediante la percepción del usuario respecto al grado de veracidad y confianza, por parte de los trabajadores. Los resultados logrados, que aparecen en la tabla 11 nos muestran que un 44.4% de usuarios consideran un nivel alto, un 52.2% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo; lo cual evidencia que la mayor parte de los usuarios, representado por un 55.5%, perciben que las medidas de transparencia favorecedoras de la comunicación, interna y externa, y que repercute positivamente en el desarrollo de las actividades, es escasa

Tabla 12 Resultados de la dimensión expectativas.

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Alto (21-25)	35	38.9%
Medio (11-20)	52	57.8%
Bajo (0-10)	3	3.3%
Total	90	100%

Fuente: Los autores.

En la tabla 12, se analizó la dimensión expectativa, tomando en cuenta que la satisfacción del usuario es consecuencia del cumplimiento de ciertas expectativas que poseen los usuarios respecto de los servicios que se le ofrece; los resultados nos muestran que el 38.9% tienen una percepción en un nivel alto, un 57.8% se sitúa en un nivel medio y el 3.3% en un nivel bajo. Esto nos evidencia que la mayor parte de los usuarios, representada por el 61.1%, perciben las expectativas como insuficiente, en relación a que piensa que el servicio recibido fue mejor que lo esperado, que se aplican y difunden las políticas de buen servicio a los diferentes usuarios en base a criterios de responsabilidad social y se absuelven o solucionan las consultas de los usuarios que acuden a la GSRMH en forma oportuna y precisa.

Tabla 13 Cruce de la propuesta de gestión de la calidad y la satisfacción del usuario.

Intervalos-porcentajes		Satisfacción del usuario				
		Alto (61-75)	Medio (31-60)	Bajo (0-30)	Total	
Propuesta de gestión de calidad	Alto (81-100)	Recuento	31	11	0	42
		% dentro de Intervalo de Satisfacción del Usuario	73.8%	26.2%	0%	100%
		% dentro de Intervalo de la variable	86.1%	21.6%	0%	46.7%
		% del total	34.4%	12.2%	0%	46.7%
	Media (41-80)	Recuento	5	40	0	45
		% dentro de Intervalo de Satisfacción del Usuario	11.1%	88.9%	0%	100%
		% dentro de Intervalo de la variable	13.9%	78.4%	0%	50%
		% del total	5.6%	44.4%	0%	50%
	Bajo (0-40)	Recuento	0	0	3	3
		% dentro de Intervalo de Satisfacción del Usuario	0%	0%	100%	100%
		% dentro de Intervalo de la variable	0%	0%	100%	3.3%
		% del total	0%	0%	3.3	3.3%
Total	Recuento	36	51	3	90	
	% dentro de Intervalo de Satisfacción del Usuario	40%	56.7%	3.3%	100%	
	% dentro de Intervalo de la variable	100%	100%	100%	100%	
	% del total	40%	56.7%	3.3%	100%	

Fuente: Los autores.

Según se aprecia en la tabla 13 el 34.4% de los encuestados arrojan el nivel alto de satisfacción del usuario y estos a su vez exhibe un nivel alto de gestión de calidad, igualmente 44.4% arroja un nivel medio de satisfacción del usuario y estos a su vez exhibe al nivel medio de gestión de calidad. Finalmente, el 3.3% exhibe al nivel bajo de gestión de calidad y de la satisfacción del usuario.

Discusión

Al emplear la prueba de correlación Rho de Spearman se determinó que la correlación entre las variables en estudio tiene un valor de 0.914, la cual, no solamente es significativa, sino que también es alta y positiva; por lo que se confirma nuestra hipótesis general, en el sentido que si se desarrolla una propuesta de para incrementar la gestión de calidad entonces se dispone de una herramienta para desarrollar la satisfacción del usuario en la Gerencia Sub Regional Morropón Huancabamba. Lo cual es coincidente con el resultado obtenido por Rodríguez et al. (2016) en la tesis desarrolla sobre calidad de servicio, llega a la conclusión, en base a la respuesta de los clientes, que el establecimiento no presenta calidad de servicio, porque la experiencia que le toca vivir a los clientes resulta no satisfactoria, lo cual es consecuencia de la carencia en el resto de dimensiones.

También coincide con los resultados de Casas (2017) mediante la tesis sobre calidad de servicio en correspondencia con la satisfacción de los clientes, llegando a la conclusión que la calidad del servicio se relaciona de manera significativa con la satisfacción del cliente de la empresa Wilcam del distrito de Breña. Esto asimismo coincide con los resultados derivados de la tesis de Alarcón (2017) respecto a la calidad con la satisfacción del cliente, quien concluyó que existe una relación media positiva

de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en el centro Comercial Plaza Vea del distrito de Puente Piedra.

Igualmente, Rojas (2017) llevó a cabo el estudio de cómo Influye la Calidad del Servicio sobre la Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad del distrito de Pueblo Nuevo en la provincia de Chincha de la región Ica. De acuerdo, a sus resultados determinó que presenta una correlación positiva alta de 0.859 entre la satisfacción de los usuarios de dicha municipalidad y la calidad de servicio; asimismo los encuestados en un 32.6% califica la calidad de servicio en el nivel “a veces”. En relación a eficiencia se presenta una correlación alta positiva de 0.834 respecto a las expectativas de los usuarios.

López (2018) realizó su tesis para lograr el posgrado en la Universidad católica de Santiago ubicada en Guayaquil Ecuador propuso como objetivo determinar la relación que existe de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en el restaurante Rachy's en Guayaquil. Se desarrolló una metodología hipotética, deductivo, investigación de tipo descriptivo correlacional, utilizando una muestra de 365 clientes, aplicando un cuestionario, el mismo que fue validado por expertos, determinando la confiabilidad a través alfa de Crombach. De acuerdo a los resultados según los encuestados el 69.9% considera la alternativa totalmente de acuerdo, 29.9% considera parcialmente de acuerdo y finalmente el 2% considera la posición intermedia. En el caso de la variable satisfacción del cliente, el 8.8% de los encuestados opina por parcialmente de acuerdo, por la posición inmediata un 79.3%, por el parcialmente de acuerdo el 10.3%, y finalmente el 6% indica totalmente de acuerdo. Llegando a concluir que evidentemente existe relación entre la variable calidad de servicio y la variable

satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's ubicado en la ciudad de Guayaquil.

En lo que respecta a la gestión de calidad, la cual es necesario diagnosticar su influencia, para formular, identificar y formular una propuesta de gestión de calidad, se obtuvo que de los usuarios encuestados arrojan 50% en el nivel medio y el 3.3% en el nivel bajo, comparado con 46.7% que se sitúa en el nivel alto; lo cual evidencia que el 53.3% de los usuarios percibe que la gestión de calidad es deficiente. Esto se condice lo indicado en la tesis sobre la calidad de servicio y la satisfacción que consiguen los usuarios en las entidades prestadoras de servicios de salud de la región Lima realizada por Landa (2015), quien señala que la calidad de servicio se confirma a través de la satisfacción del usuario de los servicios que se brindan, siendo estas dos consideraciones establecidas como la finalidad de la investigación; determinando que la calidad del servicio brindado representado por la demora en atender al cliente, falta de personal, comunicación deficiente del cliente con el personal de las clínicas y de los hospitales, mala organización, los cuales tienen influencia en el desarrollo organizacional, generan molestia en los usuarios de los servicios de salud en las entidades públicas y privadas de Lima.

Igualmente, Armas (2012) señala en la investigación sobre calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios de la municipalidad del distrito de Sanagorán, que busca determinar cómo influye la calidad de servicio sobre la satisfacción de los usuarios, en este caso de los ciudadanos del distrito de Sanagorán, concluyendo que la percepción que tienen los usuarios dicha municipalidad resultada no es del todo satisfactoria, lo cual es consecuencia de la influencia del tema político partidario en las decisiones tomadas para

gestionar, lo cual no permiten mejorar los servicios que brinda dicha Municipalidad.

En la misma corriente, tenemos el estudio sobre la gestión de calidad para determinar la contribución en mejorar la satisfacción del usuario de una Municipalidad del ámbito de Piura, realizado por Paiva & Meca (2018), el cual arrojó que un 32,8% percibe que es regular, por lo puede señalarse que la gestión del servicio en cuanto a calidad no se está desarrollando de manera correcta, lo cual afecta a los usuarios en la municipalidad, por lo que recomienda poner en práctica estrategias que mejoren el nivel de los servidores de la municipalidad, mediante la implementación del desarrollo de capacidades a través de capacitación permanente y el estímulo a través de una filosofía que permita con una gestión de calidad óptima.

En cuanto a la fiabilidad, otra dimensión de la variable propuesta de gestión de calidad, la cual está orientada a poder determinar cómo el usuario percibe el servicio que se le ha brindado y saber si se realiza de forma cuidadosa y con la formalidad, el resultado obtenido indica que el 3.3% de los encuestados tienen una percepción en un nivel bajo y un 53.3% se sitúa en un nivel medio; y el 43.3% restante en un nivel alto. Es decir, la evidencia indica que la mayor parte de los usuarios perciben la calidad del servicio, en relación a la atención, el trato, la honestidad y confianza, como insuficiente.

Al respecto, la investigación de Valencia (2015) sobre la satisfacción del cliente en relación a la calidad del servicio, para identificar los factores precisos de la satisfacción del cliente y su afinidad con la calidad del servicio que se presta en Cartagena Solutions Propiedad Horizontal S.A.S., se tiene como resultado que el 44,1% de los encuestados consideró con un 10 su

satisfacción, luego que el 32,2% consideró un 8, y finalmente el 10,2% lo consideró un 9; por otro lado, en cuanto a la a calidad de servicio considerando el género, determinando que los clientes hombres tienen una mejor percepción en lo que respecta a la fiabilidad (1,1897), sin embargo las clientes mujeres tienen la mejor percepción respecto a elementos tangibles (0,9625), además, se determinó que los dos géneros consideran en peor nivel lo concerniente a la seguridad o a la garantía que se les ofrece, arrojando -0,7125 para los varones y -0,6987, para las mujeres. Concluyendo que la satisfacción del cliente se ve influenciada por la calidad del servicio en dicha organización.

Según los resultados de la presente investigación con respecto a la dimensión responsabilidad, considerada dentro de la variable propuesta de gestión de calidad; se obtuvo que un 45.6% de usuarios perciben un nivel alto, un 51.1% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo, lo cual determina que la mayor parte de los usuarios sienten que la responsabilidad, expresada en el conocimiento, compromiso, cumplimiento, puntualidad, seguridad y credibilidad en la atención que le brindan, resulta insuficiente.

Para Zaithaml & Bitner (2002) la responsabilidad es estar preparado para ayudar. La responsabilidad se considera como el deseo de brindar colaboración hacia los clientes y de proporcionar un servicio con la premura respectiva. La responsabilidad recae en la atención y en la prontitud que se atiende a las solicitudes, se responde las preguntas, se hace frente a las reclamaciones y se resuelve los problemas de los clientes. En tanto, la responsabilidad se transmite a los clientes a través del tiempo que demoran en recibir la asistencia, en tener la respuesta de las preguntas o contar con la solución a los problemas. La

responsabilidad alcanza también el concepto de flexibilidad y de la capacidad del personal para personalizar el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente.

Con el designio de destacar la dimensión responsabilidad, la compañía o la institución debe tener la seguridad que proporciona atención al proceso de la prestación de servicios y también a la atención de las solicitudes, teniendo en consideración la opinión del usuario o cliente y no solamente a partir de su propio punto de vista. Los patrones de celeridad y rapidez que son consecuencia de la visión establecida como compañía en relación a las exigencias de sus procesos al interior de la misma, pueden ser significativamente diferente de los requerimientos de celeridad y rapidez que tiene el cliente o usuario.

Los resultados para la otra dimensión trabajada al interior de la variable propuesta de gestión de calidad, en este caso empatía, relacionada con la preocupación por los demás, la cortesía para poder entender y la disposición para escuchar por parte de los trabajadores, indican que un 42.2 % de usuarios consideran un nivel alto, un 54.4% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo; esto evidencia que la mayor parte de los usuarios perciben que la empatía es escasa.

Lo mismo sucede en la investigación de Bárcenas (2014) sobre la relación que hay entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente en LAN Perú - Aeropuerto Piura, para lo cual utilizó la escala SERVQUAL para revelar la relación que se presenta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, que, para el indicado estudio, resulta positiva. Al mirar las correlaciones significativas se deduce que la satisfacción del cliente será mayor en la mediada que este reciba un servicio que tenga

mayor confiabilidad, que cuente con personal que demuestre empatía y con mayor seguridad. Asimismo, identificó que la fiabilidad, seguida de la seguridad, como aspectos de la calidad de servicio son los que generan mayor satisfacción de los clientes de dicha empresa.

Otra investigación cuyos resultados tiene semejanza con el presente estudio es el de calidad de servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Gechisa de Sullana, realizado por Hermoza (2015) en el que se midió la calidad de servicio comparado con el nivel de satisfacción del cliente de esta empresa, y se comprobó que una de las dimensiones como es la empatía arroja un valor alto sobre el nivel de la satisfacción del cliente.

Finalmente, la dimensión que tiene relación con la percepción que tienen los usuarios respecto a la infraestructura, los equipos y el material con que cuentan los trabajadores para brindar los servicios, que fue evaluada es la tangibilidad correspondiente a la variable propuesta de gestión de calidad. Los resultados indican que son un 27.8% de los usuarios que se encuentran en un nivel alto, en tanto un 51.1% en un nivel medio que sumado al 21.1% de las personas en el nivel bajo, representa una mayoría del 72.2 % consideran que la infraestructura de la no responde a las características de cada área de trabajo para facilitar un buen desempeño profesional y que el espacio de las oficinas de trabajo de los servidores no es adecuado para facilitar el acceso de los usuarios en la atención correspondiente, lo cual repercute en la satisfacción del usuario.

Estos resultados tienen relación con la investigación realizada por Garay & Ballesteros (2016) quienes estudiaron la calidad de servicio ofrecido por los operadores de telefonía móvil en la ciudad de Cartagena de Colombia, basada

en la percepción del usuario, demostrando que la satisfacción de los clientes se relaciona de manera significativa con la percepción que poseen los usuarios en cada una de las dimensiones de la calidad del servicio, entre ellas la que tiene relación con las instalaciones, equipos y personal, la cual se conoce como elementos tangibles.

Igual sucede con Kasiri et al. (2017) en su estudio sobre Integración de y personalización y estandarización analizando el impacto en la calidad del servicio, en la lealtad y la satisfacción del cliente. Donde se determinó de qué manera ya sea directa e indirecta impacta la estandarización y también la personalización en la satisfacción de los clientes, así como en la lealtad mediante la calidad del servicio, considerando la calidad técnica y la calidad funcional. Según los resultados existe una composición entre la personalización y la estandarización de las ofertas sobre servicios, igualmente se fundamenta los hallazgos en base a la necesidad de mejorar la calidad de entrega; existiendo un mayor impacto de la estandarización sobre la calidad del servicio comparado con la individualización, de igual forma la calidad funcional presenta un mayor impacto sobre la satisfacción del cliente comparado con la calidad de tipo técnica; y finalmente la satisfacción del cliente presenta un efecto muy significativo sobre la lealtad del cliente. Lo cual se relaciona enormemente con elementos tangibles de dicha compañía.

En relación a la variable satisfacción del usuario, se observa que los usuarios encuestados, perciben 40% en un nivel alto, 56.7% un nivel medio y el 3.3% en el nivel bajo; por lo que, se evidencia que el 60% considera una satisfacción del usuario limitada, vista desde la percepción en relación al servicio, así como consecuencia del cumplimiento de las

expectativas que tiene el usuario respecto del servicio que se le ofrece y para contar con los servicios requeridos de manera muy eficaz.

Los resultados, se contraponen con lo determinado por García (2012). En su investigación Evaluación de la calidad relacionada con la calidez de atención a los usuarios en el Subcentro de salud El Bosque, cuyo objetivo fue analizar la calidad, así como la calidez de la atención generando una propuesta para mejorar en la técnica y en la calidez para la atención, a partir del grado de satisfacción de los usuarios. Para lo cual se aplicó una encuesta a 393 pacientes, entre los que el 9% eran varones y el 91% mujeres. Se determinó que el 21% considera la atención que recibió como excelente, el 37% la calificó como muy buena, la atención fue buena para el 35%, 6% la calificaron como regular y finalmente como mala atención un 1%. Llegando a la conclusión que en promedio la satisfacción de los usuarios se coloca entre buena y muy buena para la calificación de la atención.

En la tabla 10, se analizó la primera dimensión comunicación, vista factor valioso para la variable satisfacción del usuario; aquí los resultados nos muestran que el 6.7 % tienen una percepción en un nivel bajo y un 64.4% se coloca en un nivel medio; y el 28.9% restante en un nivel alto. Lo cual nos evidencia que la mayor parte de los usuarios, representada por el 71.1%, perciben la comunicación como insuficiente, en relación a recepción de sugerencias para mejorar el trato a los usuarios, colaboración comunicativa de los trabajadores, recomendación para hacer uso nuevamente de los servicios y predisposición a escuchar al usuario.

La otra dimensión analizada fue la transparencia, a través de la cual se determina

mediante la percepción del usuario respecto al grado de veracidad y confianza, por parte de los trabajadores. Los resultados, que aparecen en la tabla 11 muestran que un 44.4% de usuarios consideran un nivel alto, un 52.2% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo; lo cual evidencia que la mayor parte de los usuarios, representado por un 55.5%, perciben que las medidas de transparencia favorecedoras de la comunicación, interna y externa, y que repercute positivamente en el desarrollo de todas las actividades, es escasa.

En la tabla 12, se analizó la dimensión expectativa, tomando en cuenta que la satisfacción del usuario es consecuencia del cumplimiento expectativas del usuario respecto del servicio que le ofrecen; los resultados nos muestran que el 38.9% tienen una percepción en un nivel alto, un 57.8% se coloca en un nivel medio y el 3.3 % en un nivel bajo. Esto nos evidencia que la mayor parte de los usuarios, representada por el 61.1%, perciben las expectativas como insuficiente, en relación a que piensa que el servicio recibido fue mejor que lo esperado, que se aplican y difunden las políticas de buen servicio a los diferentes usuarios en base a criterios de responsabilidad y se absuelven o solucionan las consultas de los usuarios que acuden a la GSRMH en forma oportuna y precisa.

Los resultados son coincidentes con los del estudio realizado por Chien y Chi (2019) Imagen corporativa como mediador de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente: diferencia entre expositores clasificados. Resultando el hecho de que la imagen corporativa tiene un papel de mediador de manera parcial en la calidad y la satisfacción para el expositor, lo que implica que el nivel de satisfacción del expositor no solo se ve afectado por las variables de calidad del servicio e

imagen corporativa individualmente. Esto, también coincide con otros estudios como el caso de Goldberg & Hartwick (1990), donde concluye que un impacto positivo en la satisfacción de la imagen corporativa conlleva a una buena intención de compra. Asimismo, las grandes empresas al cooperar con organizadores de la exposición logran en el mercado una imagen positiva y beneficiosa, que fortalece la calidad de servicio a su satisfacción, que continuara a un comportamiento de lealtad.

Conclusión.

En relación a la variable propuesta de gestión de calidad, se aprecia que de los usuarios encuestados arrojan 50% en nivel medio y el 3.3% nivel bajo, comparado con 46.7% que se ubica en el nivel alto; lo cual evidencia que el 53.3% de los usuarios, es decir la mayoría, tiene la percepción que la gestión de calidad es deficiente.

En cuanto a la dimensión fiabilidad los resultados muestran que el 3.3% tienen una percepción en un nivel bajo y un 53.3% en un nivel medio; y el 43.3% restante en un nivel alto; esto evidencia que la mayor parte de los usuarios (56.6%) perciben la calidad del servicio, respecto a la atención, el trato, la honestidad y confianza, como insuficiente.

En la dimensión responsabilidad, se llegó a determinar que un 45.6% de usuarios consideran un nivel alto, un 51.1% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo, lo cual determina que la mayor parte de los usuarios (54.4) perciben que la responsabilidad, expresada en el conocimiento, compromiso, cumplimiento, puntualidad la seguridad y la atención por parte de los servidores es insuficiente.

En relación a la dimensión empatía los resultados conseguidos indican que un 42.2 % de usuarios consideran un nivel alto, un 54.4% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo; esto evidencia que un 57.7%, es decir la mayor parte de los usuarios, perciben que la empatía, expresada como la cortesía para poder entender y resolver sus necesidades por parte de los servidores es escasa; lo cual se relaciona también con la preocupación por los demás y la disposición para escuchar.

Para la dimensión tangibilidad los resultados indican que un 27.8% de los usuarios materia de estudio se encuentra en un nivel alto, mientras que un 51.1% en un nivel medio que sumado al 21.1% de las personas en el nivel bajo, representa una mayoría del 72.2 % que consideran que la infraestructura no responde a las características de cada área de trabajo para facilitar un buen desempeño profesional y que el espacio de las oficinas de trabajo de los servidores no es adecuado para facilitar el acceso de los usuarios en la atención correspondiente; en resumen como no adecuada.

En relación a la variable en estudio satisfacción del usuario, se observa que los usuarios encuestados, reflejan 40% en un nivel alto, 56.7% un nivel medio y el 3.3% en el nivel bajo; por lo que, se evidencia que el 60% considera una satisfacción del usuario limitada, vista desde la percepción que se posee en cuanto al servicio, así como consecuencia del cumplimiento de las expectativas que tiene el usuario respecto de los servicios que se le ofrece y para contar con los servicios requeridos de manera muy eficaz.

En la dimensión comunicación los resultados muestran que el 6.7 % tienen una percepción en un nivel bajo y un 64.4% se sitúa en un nivel

medio; y el 28.9% restante en el nivel alto; lo cual evidencia que la mayor parte de los usuarios, representada por el 71.1%, la perciben como insuficiente, en relación a recepción de sugerencias para mejorar el trato a los usuarios, colaboración comunicativa de los trabajadores, recomendación para hacer uso nuevamente de los servicios y predisposición a escuchar al usuario.

Para la dimensión transparencia los resultados muestran que un 44.4% de usuarios consideran un nivel alto, un 52.2% un nivel medio y un 3.3% en un nivel bajo; lo cual evidencia que la mayor parte de los usuarios, representado por un 55.5%, perciben que las medidas de transparencia favorecedoras de la comunicación, interna y externa, y que repercute positivamente en el desarrollo de las actividades, es escasa. Lo cual tiene relación con la percepción del usuario respecto al grado de veracidad y confianza, por parte de los trabajadores.

En el caso de la dimensión expectativa los resultados muestran que el 38.9% tienen una percepción en un nivel alto, un 57.8% se sitúa en un nivel medio y el 3.3% en un nivel bajo; esto evidencia que la mayor parte de los usuarios, representada por el 61.1%, perciben las expectativas como insuficiente, en relación a que piensa que el servicio recibido fue el mejor.

Referencias Bibliográficas

- Aguayo, M. & Lora, E. (s.f.). Cómo realizar “paso a paso” un contraste de hipótesis con SPSS para Windows: (III) Relación o asociación y análisis de la dependencia (o no) entre dos variables cuantitativas. Correlación y regresión lineal simple. Fundación Andaluza Beturia para la Investigación en Salud.
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*. <http://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/181/309>
- Banco Mundial. (2013). Soluciones para reducir la espera de justicia en Perú. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/02/solucionespara-reducir-la-espera-de-justicia-en-Peru>
- Barcenás, D. (2014). Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Caso: LAN Perú – Aeropuerto Piura (Tesis para optar el título de licenciada en Administración), Universidad Nacional de Piura, Perú.
- Bojórquez, J., López, L., Hernández, M., & Jiménez, E. (2013). Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante en el uso del software minitab. 11th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology.
- Cabello, E. & Chirinos, J. (2012). Validación y aplicabilidad de encuestas SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud. *Rev Med Hered*,
- Campos, C. (2017). Empatía y Habilidades Sociales. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/42/Campos-armen.pdf>
- Carbajal, C. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano del Congreso de la República 2016 http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8936/Carbajal_RCR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Colmenares, D. & Saavedra, J. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio. Buenos Aires, Revista Técnica Administrativa
- Cronin, J. & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*
- Crosby, P. (1979). *Quality is free*. Nueva York, NY: McGraw Hill.
- D'Alessio, F. (2013). *El proceso estratégico un enfoque de gerencia*. Lima, Perú: Pearson.
- Dabholkar, P., Shepherd, C., & Thorpe, D. (2000). A comprehensive framework for service quality: An investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*
- Gil, I. (1995). La conceptualización y evaluación de la calidad de servicio al cliente percibida en el punto de venta. Madrid, España: Puzzle.
- Duque, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad en el servicio y sus modelos de medición. *Revista Innovar - Universidad Nacional de Colombia*
- Flores, R., Flores, J., & Arce, B. (2013). *Sustentabilidad e innovación en las organizaciones*. Ciudad de México, México: Gasca.
- Gosso, F. (2008). *Híper satisfacción del cliente: con solo satisfacer a los clientes no alcanza*. Ciudad de México, México: Panorama.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*
- Grönroos, C. (1988). *Service Quality: The six criteria of good service quality*. Review of Business. New York, NY: St. John's University Press.
- Gutiérrez, P., Vázquez, J., & Cuesta, P. (2010). Valoración de los factores determinantes de la calidad del servicio público local: un análisis de la percepción de los ciudadanos y sus repercusiones sobre la satisfacción y credibilidad. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81819028011.pdf>
- Hermoza, L. (2015). Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gechisa de Sullana (Tesis para optar el título de licenciada en Administración), Universidad Nacional de Piura, Perú.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta ed.). Ciudad de México, México: McGraw Hill.
- Horovitz, J. (1990). *La calidad del servicio: A la conquista del cliente*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Huapaya, R. (2015). *Concepto y Régimen Jurídico del Servicio Público en el Ordenamiento Público Peruano*. *Revista IUS ET Veritas*
- INEI (2015). *Transporte y comunicaciones*. En INEI, *Compendio estadístico Perú 2015*. Lima, Perú.
- INEI (2017). *Informe técnico No 8 – agosto 2017*. Lima, Perú.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia* (8va ed.). Ciudad de México, México: Prentice Hall 79
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing* (6ta ed.). Ciudad de México, México: Pearson
- Lehtinen, J. & Lehtinen, U. (1982). *Service quality: A study of quality dimensions*. Unpublished working paper. Helsinki, Finlandia: Service Management Institute.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2015). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia* (7a ed.). Ciudad de México, México: Pearson.
- Lytle, S. R., Hom, W. P., & Mokwa, P. M. (1998). SERV*OR: A managerial Measure of Organizational Service-Orientation. *Journal of Retailing*
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5ta ed.). Ciudad de México, México: Pearson.
- Martínez, C. (2001). *Medición de la calidad de servicio: una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico*. *Estudios de Economía Aplicada*
- Matsumoto, R. (2014). *Desarrollo del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad ayuda experto*. *Perspectivas*

- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). El Gobierno del Perú y el Banco Mundial suscribieron convenio para modernizar y darle celeridad a los servicios de justicia en el país. <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-rensaycomunicado?id=623>
- Nutsugbodo, R. Y. (2013). Tourists' perceptions of the quality of public transportation services in the Accra metropolis: a Servqual approach. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*
- Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito. (2019). Liderazgo Ético. https://www.unodc.org/documents/e4j/IntegrityEthics/MODULE_4_-_Ethical_Leadership_-_Spanish.pdf
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). Acceso a la justicia. <https://www.un.org/ruleoflaw/es/thematic-areas/access-to-justice-and-ruleof-law-institutions/access-to-justice/>
- Palacios, D. (2015). Análisis del servicio de atención al cliente de la empresa de transporte terrestre turístico Cotratudossa en la ciudad de Cuenca (Trabajo de graduación para 80 la obtención del título de licenciada en Administración Turística), Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*
- Pascual, M. (2004). Hábitos de compra y calidad de servicio (una aplicación en establecimientos de alimentación mediante diseño de encuesta) (Tesis Doctoral), Facultad de Psicología, Departamento de Metodología de las Ciencias del Comportamiento, Universidad de Valencia. España.
- Presidencia del Consejo de Ministro. (2019). Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector Público. Resolución de SGP N.º 006-2019-PCM/SGP. <https://sgp.pcm.gob.pe/wpcontent/uploads/2019/02/Norma-%C3%A9cnica-para-Calidad-de-Servicios.pdf>
- Rojas, W. (2017). Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016. <http://repositorio.upsjb.edu.pe/bitstream/handle/upsjb/1390/TI-MGEEWilliam%20Jesus%20Rojas%20Gutiérrez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rust, R. A. & Oliver, R. L. (1994). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice*. Thousand Oaks. CA: Sage Publications
- Secretaría de Gestión Pública. (2015). Manual para mejorar la atención a la ciudadanía en las entidades de la administración pública. Cooperación Alemana implementada por la GIZ.
- Secretaría de Gestión Pública. (2021). Norma técnica para la gestión de la calidad de servicios en el sector público. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1833691/Anexo%201_NTGCS_visado%20SGP.PDF.PDF
- Schiffman, L. & Lazar, L. (2001). *Comportamiento del consumidor (7ma ed)*. Ciudad de México, México: Prentice Hall
- Teas, R. K. (1993). Expectations, performance, evaluation and consumers perceptions of quality. *Journal of Marketing*
- Vargas, M. & Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio: concepto y herramientas (3ra ed.)*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Vilela, P. (2015). La calidad de servicios del terminal terrestre de la ciudad de Esmeraldas. *Investigación y Saberes*
- Yurdugul, H. (2008). Minimum sample size for cronbach's coefficient alpha: A monte-carlo study. *H. U Journal of Education*
- Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end

model and synthesis of evidence. Journal of Marketing
Zeithaml, V. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. Journal of Marketing
Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). Marketing de servicios. Ciudad de México, México: McGraw Hill.



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional. Copyright (c) Ibraín Adriano Holguín Rivera, Manuel Arístides Holguín Rivera, Guisella de los Milagros Ocaña Palacios y Cecilia Teresita de Jesús Carbajal Llauce

