

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS**



**TESIS**

**CALIDAD DEL SERVICIO Y LA INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN**  
**DE LOS USUARIOS EN EL MINISTERIO DE VIVIENDA,**  
**CONSTRUCCIÓN Y SANEAMIENTO, LIMA, 2019**

**Presentado por:**

**BACH. ADM. Emiro Hernán Méndez Escudero**

**BACH. ADM. Andoli Alberto Cano Cano**

**Para optar el título profesional de:**

Licenciado en Administración

**LIMA – PERÚ**

**2019**

## **DEDICATORIA**

Con todo el amor para nuestras familias, porque hicieron todo lo posible para que podamos lograr nuestros objetivos, por darnos la mano cuando sentíamos que el camino llegaba a su fin, gracias por siempre.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darnos la fortaleza para concluir con éxito esta etapa, porque representa la mayor de nuestras motivaciones para seguir adelante.

A nuestras familias, quienes siempre han incentivado nuestra formación, personal, académica y profesional.

## PRESENTACIÓN

Señores integrantes del Jurado Dictaminador:

En cumplimiento a lo dispuesto en el Reglamento de Grados y Títulos de la **Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega**, presentamos la tesis titulada: **“Calidad del servicio y la influencia en la satisfacción de los usuarios en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, Lima, 2019”** con el propósito de obtener el **título profesional de Licenciado en Administración.**

Esperamos que la presente tesis sea de su entero agrado y sirva como una fuente de consulta y conocimiento para estudiantes y futuros profesionales.

Lima, junio del 2019

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	iv
<b>ÍNDICE</b> .....	v
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>INDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.x</b>
<b>RESUMEN</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	xiii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	1
1.1 Situación Problemática.....	1
1.2 Problemas de la Investigación.....	4
1.2.1 Problema General .....	4
1.2.2 Problemas Específicos.....	4
1.3 Justificación.....	5
1.3.1 Justificación teórica.....	5
1.3.2 Justificación práctica .....	6
1.4 Objetivos de la Investigación .....	6
1.4.1 Objetivo General: .....	6
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO</b> .....	8
2.1 Antecedentes de la Investigación .....	8
2.2 Bases Teóricas.....	22
2.3 Glosario de Términos .....	56
<b>CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES</b> .....	61
3.1 Hipótesis General .....	61
3.2 Hipótesis Específicas.....	61
3.3 Identificación de Variables.....	61
3.4 Operacionalización de variables.....	62
3.5 Matriz de Consistencia.....	63

<b>CAPÍTULO IV METODOLOGÍA</b> .....	644
4.1 Tipo de la Investigación .....	64
4.2 Nivel de investigación .....	644
4.3 Diseño de la investigación.....	66
4.4 Unidad de análisis .....	677
4.5 Población de estudio.....	677
4.6 Tamaño de muestra .....	677
4.7 Selección de muestra.....	677
4.8 Técnicas de recolección de datos. ....	688
4.9 Análisis e interpretación de la información.....	699
<b>CAPÍTULO V PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	70
 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	108
 CONCLUSIONES.....	108
 RECOMENDACIONES.....	110
 <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	113113
 <b>ANEXOS</b> .....	113116

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLA N°1</b> - La información que pueda brindar el MVCS influye en la capacidad de respuesta de la población ante los desastres naturales. ....	70
<b>TABLA N°2</b> - ¿Considera Ud. que el tiempo influye en la capacidad de respuesta que pueda tener el MVCS ante los desastres naturales?. ....	72
<b>TABLA N°3</b> - ¿Considera Ud. que la demanda de los servicios que brinda el MVCS influye en la capacidad de respuesta?.....	74
<b>TABLA N°4</b> - ¿Considera Ud. que el MVCS genera seguridad mediante los servicios que presta a los usuarios?.....	76
<b>TABLA N°5</b> - El MVCS brinda una atmósfera de confianza a los usuarios.. ....	78
<b>TABLA N°6</b> - La objetividad en los servicios que presta el MVCS generan fiabilidad en los usuarios.....	80
<b>TABLA N°7</b> - ¿Cree Ud. que el MVCS brinda información completa durante la comunicación con lo usuarios? .....	82
<b>TABLA N°8</b> - ¿Considera Ud. que la transparencia es importante en la comunicación con los usuarios?. ....	84
<b>TABLA N°9</b> - ¿Considera Ud. que el MVCS brinda una comunicación eficiente? .....	86
<b>TABLA N°10</b> - La innovación en los servicios que presta el MVCS van en relación a la empatía con los usuarios. ....	88
<b>TABLA N°11</b> - La equidad en los servicios que presta el MVCS genera empatía con los usuarios.....	90

<b>TABLA N°12</b> - La confianza que genera el MVCS mediante los servicios que brinda se basa en la empatía con los usuarios. ....	92
<b>TABLA N°13</b> - ¿Siente que la duración del tiempo en la atención al usuario es importante?..	94
<b>TABLA N°14</b> - ¿Considera Ud. que la eficacia es importante en los procesos de atención?..	95
<b>TABLA N°15</b> - La productividad es importante para ahorrar tiempo en la atención .....	96
<b>TABLA N°16</b> - ¿Considera Ud. que la ineficiencia en el servicio genera reclamaciones?..	97
<b>TABLA N°17</b> - ¿Considera Ud. que la insatisfacción en el servicio genera reclamaciones?..	98
<b>TABLA N°18</b> - El comportamiento de los funcionarios puede generar reclamaciones. ....	99
<b>TABLA N°19</b> - Prueba de hipótesis específica “A”:	100
<b>TABLA N°20</b> - Prueba de hipótesis específica “B”	102
<b>TABLA N°21</b> - Prueba de hipótesis específica “C”	104
<b>TABLA N°22</b> - Prueba de hipótesis general	106



## INDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO N°1</b> - La información que pueda brindar el MVCS influye en la capacidad de respuesta de la población ante los desastres naturales.....	71
<b>GRÁFICO N°2</b> - ¿Considera Ud. que el tiempo influye en la capacidad de respuesta que pueda tener el MVCS ante los desastres naturales?.....	72
<b>GRÁFICO N°3</b> - ¿Considera Ud. que la demanda de los servicios que brinda el MVCS influye en la capacidad de respuesta?.....	74
<b>GRÁFICO N°4</b> - ¿Considera Ud. que el MVCS genera seguridad mediante los servicios que presta a los usuarios?.....	76
<b>GRÁFICO N°5</b> - El MVCS brinda una atmósfera de confianza a los usuarios.....	78
<b>GRÁFICO N°6</b> - La objetividad en los servicios que presta el MVCS generan fiabilidad en los usuarios.....	80
<b>GRÁFICO N°7</b> - ¿Cree Ud. que el MVCS brinda información completa durante la comunicación con lo usuarios?.....	82
<b>GRÁFICO N°8</b> - ¿Considera Ud. que la transparencia es importante en la comunicación con los usuarios?.....	84
<b>GRÁFICO N°9</b> - ¿Considera Ud. que el MVCS brinda una comunicación eficiente?.....	86
<b>GRÁFICO N°10</b> - La innovación en los servicios que presta el MVCS van en relación a la empatía con los usuarios.....	88
<b>GRÁFICO N°11</b> - La equidad en los servicios que presta el MVCS genera empatía con los usuarios.....	90

<b>GRÁFICO N°12</b> - La confianza que genera el MVCS mediante los servicios que brinda se basa en la empatía con los usuarios. ....	92
<b>GRÁFICO N°13</b> - ¿Siente que la duración del tiempo en la atención al usuario es importante?.....	94
<b>GRÁFICO N°14</b> - ¿Considera Ud. que la eficacia es importante en los procesos de atención?.....	95
<b>GRÁFICO N°15</b> - La productividad es importante para ahorrar tiempo en la atención .....	96
<b>GRÁFICO N°16</b> - ¿Considera Ud. que la ineficiencia en el servicio genera reclamaciones?.....	97
<b>GRÁFICO N°17</b> - ¿Considera Ud. que la insatisfacción en el servicio genera reclamaciones?.....	98
<b>GRÁFICO N°18</b> - El comportamiento de los funcionarios puede generar reclamaciones.	99

## RESUMEN

La presente tesis titulada: “Calidad del servicio y la influencia en la satisfacción de los usuarios en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, Lima, 2019”, es de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, de nivel descriptivo causal y diseño no experimental.

La población determinada para la investigación estuvo conformada por 5000 usuarios de la entidad, esta muestra fue establecida de manera probabilística donde arrojó un resultado de 357 personas.

Para recabar la información relacionada al comportamiento de las variables Calidad del Servicio y Satisfacción de los Usuarios, se escogió la técnica de recolección de datos mediante encuesta y se utilizó como herramienta para recolectar datos un cuestionario el cual tuvo como contenido 18 ítems , en el cual se plasmó una escala de valoración de Likert.

La evaluación de los resultados se efectuó utilizando codificación y tabulación para compilar los datos, una vez que la información fue tabulada y ordenada se realizó a un proceso de análisis donde se tuvo que aplicar un tratamiento mediante técnicas de carácter estadístico.

Para presentar los resultados se utilizaron tablas y gráficos, posteriormente para poder realizar el contraste con la hipótesis y se aplicó la técnica estadística Chi cuadrado, evidenciando que la hipótesis general donde el (V1) Calidad en el

Servicio está relacionada directa y positivamente con el (V2) Satisfacción de los Usuarios, de la entidad Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Finalmente se exponen conclusiones y recomendaciones como propuestas finales del estudio.

**Palabras claves:** Calidad, servicio, satisfacción, usuarios, información, evaluación.

## ABSTRACT

The present thesis entitled: "Quality of service and influence on user satisfaction in the Ministry of Housing, Construction and Sanitation, Lima, 2019", is a quantitative approach, applied type, causal descriptive level and non-experimental design.

The determined population for the investigation was conformed by 5000 users of the organization, this sample was established of probabilistic way where it threw a result of 357 people.

To collect the information related to the behavior of the variables Quality of Service and User Satisfaction, the data collection technique was chosen by means of a survey and a questionnaire was used as a tool to collect data, which contained 18 items, in which a Likert rating scale was set.

The evaluation of the results was carried out using coding and tabulation to compile the data, once the information was tabulated and ordered an analysis process was carried out where a treatment had to be applied by means of statistical techniques.

To present the results, tables and graphs were used, later to make the contrast with the hypothesis and the statistical technique Chi square was applied, showing that the general hypothesis where the (V1) Quality in the Service is

directly and positively related to the ( V2) Satisfaction of Users, of the entity Ministry of Housing, Construction and Sanitation.

Finally conclusions and recommendations are presented as final proposals of the study.

Keywords: Quality, service, satisfaction, users, information, evaluation.

## INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, en relación con lo indicado en la Ley N° 30156 – Ley de Organización y Funciones, es una entidad pública la cual es parte del Poder Ejecutivo y conforma un Pliego Presupuestal que cuenta con autonomía tanto administrativa como económica, de acuerdo a ley. Es el ente que dictamina y marca las pautas en las materias de vivienda, construcción, saneamiento, urbanismo y desarrollo urbano, las cuales deben ser cumplidos obligatoriamente por los niveles de gobierno establecidos, esto con una descentralización a nivel nacional, para lo cual elabora, aprueba, dirige, evalúa, regula, norma, supervisa y ejecuta las políticas nacionales en estas materias, a través de sus programas y sus Organismos Públicos y Entidades Adscritas.

El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, cuenta con entidades adscritas, las cuales prestan diversos servicios, entre ellas:

COFOPRI – Organismo de Formalización de la Propiedad Informal, encargado de diseñar, normar, ejecutar y controlar el proceso para concretar la formalización de la propiedad predial y lograr que se mantenga en la formalidad, lo cual abarca el saneamiento físico y legal y la titulación, la creación del catastro predial, a nivel urbano y lograr la transferencia de

conocimientos a los Gobiernos Locales, en el marco del proceso de expansión a nivel nacional.

OTASS – Organismo Técnico de la Administración de los Servicios de Saneamiento, se encarga asistir técnicamente a las empresas que prestan servicios de saneamiento en el ámbito urbano, con la finalidad de ayudar a la mejora continua de la gestión y la administración de estos servicios y por tanto a la mejora de la calidad de vida de la población.

FONDO MIVIVIENDA – Se encarga de confeccionar o crear programas para que los peruanos puedan acceder a una vivienda digna, esto en colaboración con promotores inmobiliarios y constructores, que son parte del sector inmobiliario como unidad de negocio; la idea central es que se desarrollen proyectos de vivienda que estén al alcance los peruanos.

SEDAPAL – Servicio de Agua Potable y Alcantarillado, es el encargado de realizar acciones en beneficio de la Comunidad de Lima y el Callao, con el objetivo de abastecer de agua potable a la población y además crear una cultura del uso adecuado de los sistemas de saneamiento y el medio ambiente. Busca también mejorar las condiciones sanitarias de la población, y esta manera, puedan alcanzar una mejor calidad de vida generando buenos hábitos de consumo, ahorro de agua potable y el cuidado del medio ambiente.

SENCICO – Servicio Nacional de Capacitación para la Industria de la Construcción, es quien se encarga de capacitar e instruir a los trabajadores que se desempeñan en el sector construcción, brindándoles educación superior no universitaria, además desarrolla investigaciones vinculadas a temas de vivienda



y edificación, así como a la propuesta de normas técnicas de aplicación nacional.

La investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la calidad en el servicio con la satisfacción de los usuarios, teniendo en consideración los siguientes capítulos:

En el **capítulo I**, se identificó el planteamiento del problema, la relevancia de brindar servicios de calidad y como esto se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios, esto aplicado a los servicios que brinda el estado, y de esta manera medir la satisfacción en los usuarios, a efectos de obtener indicadores de ineficiencia que puedan generar reclamos, basados en factores de tiempo, lo cual también mostrará porque la variable fidelización no aplica en la mayoría de los servicios que presta el estado y de esta manera contribuir a la mejora de los aspectos que puedan mostrar a las entidades del estado como deficientes y con poca capacidad de respuesta ante los requerimientos de la población.

En el **capítulo II**, realizamos la presentación del marco teórico de la investigación; la cual cuenta con los antecedentes que tienen relación con el problema de investigación; ya sea de carácter internacional, nacional y local así mismo la información teórica, tanto de las variables que serán fuente de estudio, como de sus dimensiones, esto con la finalidad de enriquecer dicha investigación.

En el **capítulo III**, presentamos las hipótesis y variable; En este capítulo se exponen los supuestos que ayudarán a dar solución al problema de la

investigación, además se establecerán los indicadores para facilitar la medición de las dimensiones de cada una de las variables.

En el **capítulo IV**, se expone el método aplicado para la investigación, mediante la cual se dará a conocer la metodología que se empleará, en este caso es el descriptivo causal, que consiste en realizar una descripción, analizar y realizar una interpretación sistemática, un conglomerado de hechos que se vinculan con otras variables tal como se dan en el presente trabajo de investigación, así mismo el diseño de la investigación es no experimental transversal; se plantea que esta investigación es transversal porque recolectan datos en un solo momento, en un momento único y es causal porque se encuentra orientada a la determinar el grado de relación existente entre dos variables de interés en una misma muestra de sujeto o el grado de relación entre dos fenómenos o eventos observados.

En el **capítulo V**: Se podrá visualizar los resultados obtenidos, en este capítulo se desarrolla el análisis e interpretación de resultados, los cuales están directamente relacionados a la aplicación de las encuestas, estos resultados fueron demostrados estadísticamente y son fiables, esto con la finalidad de determinar la influencia entre las variables, y a su vez se demostrará la hipótesis planteada.

Las conclusiones y recomendaciones están orientadas a fortalecer los nexos de integración entre el personal y los jefes o directivos en la institución, a fin permitir un correcto desarrollo en las actividades diarias.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Situación Problemática

En el marco del desarrollo sostenible de un país, existen servicios que son parte de las actividades exclusivas del Estado, esto organizado y de acuerdo a las disposiciones legales vigentes, con el propósito de satisfacer y establecer regulaciones para las necesidades que se consideren colectivas y de interés general.

Todo servicio que se pone a disposición de la población debe tener ciertos estándares de calidad y además evidenciar una consistencia, lo cual se verá reflejado en que éste sea continuo y pueda perdurar en el tiempo.

Adicionalmente todo aquel que preste un servicio al público debe ser agradable, amable, respetuoso, inclusive, con cierto grado de empatía, este deberá comportarse de modo natural con el usuario, con el propósito de que este sienta cierto nivel de respaldo, puesto que, en la relación servicio brindado por el estado – usuario, existe una dependencia mutua.

Sobre la calidad en los servicios, según Vásquez (2007) indica que “(...) debe ser entendido por los gerentes, administradores y funcionarios, de las organizaciones y entidades de la actualidad, como

lograr la satisfacción de los clientes y/o usuarios a través de establecer requisitos y aplicar procesos eficientes, que permitan a la organización o entidad mostrarse competitiva”.

La satisfacción de los usuarios se encuentra relacionada al nivel de conformidad de la persona cuando utiliza un servicio. Por razones lógicas, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el usuario vuelva a utilizar o contratar el mismo servicio, inclusive recomendarlo.

Es decir, el nivel reflejado en el estado de ánimo de un individuo que se evidencia como resultado de la comparación entre el rendimiento percibido del servicio y la atención, con relación a sus expectativas.

Sobre la satisfacción de los usuarios, según Kotler (2012) indica que “(...) la satisfacción del cliente o usuario, como el nivel del estado de ánimo de una persona que se da como resultado de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio en relación con sus expectativas”.

El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, en cumplimiento a lo dispuesto en la Ley N° 30156 – Ley de Organización y Funciones, es una entidad pública que pertenece al Poder Ejecutivo y es parte de un Pliego Presupuestal que cuenta con autonomía tanto administrativa como económica, de acuerdo a ley. Es el ente que dictamina y marca las pautas en las materias de vivienda, construcción, saneamiento, urbanismo y desarrollo urbano, las cuales son de

obligatorio cumplimiento por todos los niveles de gobierno establecidos, esto con una descentralización en todo el territorio nacional, para lo cual elabora, aprueba, dirige, evalúa, regula, norma, supervisa y ejecuta las políticas nacionales en estas materias, a través de sus programas y sus Organismos Públicos y Entidades Adscritas.

En el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, en relación a los servicios que presta, se puede evidenciar disconformidad por parte de los usuarios, esto reflejado en el descontento de las personas que no tienen acceso agua potable, también por parte de las personas que quieren tener un título de propiedad de los predios o terrenos que adquirieron y que aún no pudieron formalizar, además de los trámites engorrosos que de por sí tiene el estado, los cuales no son beneficiosos para las personas y suelen tener costos elevados.

Cuando se plantean mejoras a los procesos, estos muchas veces no pueden ser concluidos, esto debido a la alta rotación de personal, directivos y funcionarios, lo cual hace que los procesos planteados para mejora con un horizonte a corto y mediano plazo no se concreten, puesto que las nuevas gestiones por lo general no siguen con las actividades que se tienen en proceso, sino que generan vuelcos de 360 grados, lo cual imposibilita dar un crecimiento sostenible en muchos de los casos.

Todo esto genera que los procesos se muestren con una especie de estancamiento, lo cual hace ver los procesos, no solo del Ministerio

de Vivienda, Construcción y Saneamiento, sino del Estado en general como lentos y obsoletos.

Por lo antes mencionado, es que muchas veces las entidades del estado tienen una imagen desprestigiada, esto podría evitarse desarrollando estrategias integrales, las cuales puedan reflejarse en una continuidad, reforzando el potencial humano y sobre todo incentivando al personal, con la finalidad de que el rendimiento laboral sea óptimo y esto pueda reflejarse en la imagen de la Entidad.

## **1.2 Problemas de la Investigación**

La problemática expuesta permite generar la siguiente interrogante, en torno a la cual se realizará el desarrollo de la investigación.

### **1.2.1 Problema General**

¿De qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

Para sistematizar el problema arriba descrito, nos planteamos las siguientes sub-preguntas:

- a) ¿Cómo influye la capacidad de respuesta en la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento?

- b) ¿Cuánta relación tiene la fiabilidad con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento?
- c) ¿En qué medida se relaciona la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento?

### **1.3 Justificación**

#### **1.3.1 Justificación teórica**

La investigación tiene como objetivo principal implementar teorías básicas de calidad, aplicada a los servicios que brinda el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento como entidad parte del estado y de esta manera medir la satisfacción en los usuarios, a efectos de obtener indicadores de ineficiencia que puedan generar reclamos, basados en factores de tiempo, lo cual también mostrará porque la variable fidelización no aplica en la mayoría de los servicios que presta el estado y de esta manera contribuir a la mejora de los aspectos que puedan mostrar a las entidades del estado como deficientes y con poca capacidad de respuesta ante los requerimientos de los usuarios.

### **1.3.2 Justificación práctica**

Las propuestas desarrolladas servirán para llevar un mejor control de los procesos en los servicios, lo cual permitirá que los empleados y/o funcionarios, puedan realizar sus actividades de manera eficiente, logrando mejores resultados y de esta manera los usuarios puedan notar una mejora sustancial en la rapidez y efectividad de los trámites que realicen, esto en consecuencia del cambio de actitud hacia el trabajo de los empleados y funcionarios.

Así mismo, las propuestas ayudarán al Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento a realizar prácticas motivacionales e incentivar a los empleados y/o funcionarios, buscando la orientación a un mejor desempeño y buscando la satisfacción de los usuarios.

## **1.4 Objetivos de la Investigación**

### **1.4.1 Objetivo General:**

Conocer si la calidad en el servicio influye en la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

### **Objetivos específicos**

- a) Conocer la relación que tiene la fiabilidad con la calidad del servicio para lograr la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.



- b) Conocer si la capacidad de respuesta influye en la calidad del servicio que presta el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.
- c) Conocer en qué medida se relaciona la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

##### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

(Gómez, 2012) En su investigación concluye:

El trabajo que expone es una tesis doctoral que contiene un modelo conceptual y metodológico para evaluar la calidad de programas de los servicios sociales comunitarios. Lo propuesto se tendría que aplicar necesariamente en programas de asistencia que gestiona una Diputación Provincial de Granada en los municipios de la provincia con una población menor a 20.000 habitantes.

Se realiza la evaluación del cambio en relación con los servicios sociales, los cuales son considerados área principal del Estado de Bienestar, también los programas y prestaciones fundamentales en España y Andalucía. En el marco teórico presentan planteamientos conceptuales e informaciones relacionada a evaluar programas de índole sociales, proponiendo el análisis de modelos que existen para el estudio de la calidad de los servicios y su aplicación a la Administración Pública de manera directa a los servicios sociales públicos.

Con relación a los métodos a utilizar, se consideraron técnicas para producir de datos cuantitativos y cualitativos, las cuales constan de encuestas, entrevistas, entre otros, las más usadas en la disciplina sociológica, son las que se vinculan a obtener datos relacionados al objeto al cual se le viene realizando el estudio. El análisis estadístico se llevó a cabo en tres niveles: univariable, bivariable y multivariable.

El modelo de calidad percibida no solo tiene soporte en el cálculo de la satisfacción de los clientes / usuarios con las distintas dimensiones de calidad, sino que lo abarca subjetivamente las consecuencias en el bienestar particular y la semejanza con factores que inciden en la producción del servicio, los cuales son de importancia y resultan relevantes en numerosos programas que se conforman e implementan a manera de servicios sociales con características comunitarias. Todo lo mencionado se desarrolla en el margen de la percepción subjetiva de los propios beneficiarios, como la cercanía indefectible para la propagación continua de programas y actuaciones, lo cual es una iniciativa importante en la búsqueda de la calidad y la excelencia. Los resultados exponen o consideran una satisfacción muy alta en relación con el servicio y los diferentes aspectos que se desprenden del mismo.

(Sanchez, 2016) En su investigación:

Con esta investigación se puede recorrer por los debates y análisis de desempeño relacionados con los servicios sociales en España y en Castilla-La Mancha, los cuales da atención mediante los servicios sociales que la brindan de manera primaria. Después de realizar la evaluación de lo que percibe la población o ciudadanía específica acerca de los servicios públicos, se logró evidenciar cómo se han unido a la administración pública los procesos o procedimientos para realizar la gestión de la calidad y como aplicar mejoras. Se muestra una descripción relacionada a la forma en la que se produce y se componen modelos y procedimientos de gestión de calidad en los servicios sociales (especializados y básicos; públicos y privados), incluso se realizó la inclusión en un ámbito determinado, como cualquier otro modelo de gestión de calidad: el estudio de la satisfacción de usuarios y profesionales (clientes externos e internos) relacionados a servicios sociales municipales y, directamente, del Servicio de Información, Valoración y Orientación (SIVO). Se muestran dos casos de estudio, estos se encuentran vinculados a servicios sociales municipales de Cuenca y Albacete. Se muestran sus principales características de organización e institucionalidad, así como lo particular de estos procesos que son elaborados siempre en

búsqueda de una mejora continua, también muestra los resultados de las investigaciones, las cuales se llevarán a cabo aplicando una metodología combinada (cuestionarios de elaboración propia, grupos de discusión y entrevistas), con lo cual se evidenciará la satisfacción de los usuarios de los Servicios de Información, Valoración y Orientación de Cuenca y de los profesionales de los centros de servicios sociales municipales de Albacete. Lo más importante de estas experiencias se sostiene en su carácter, donde siempre se encuentra en busca de innovación, en la consistencia que tienen sus resultados a estudios que se realizaron posteriormente los cuales exponen una determinada cantidad de datos de carácter longitudinal. Se pudo observar una muy buena valoración por parte de la ciudadanía hacia los servicios sociales en especial de sus colaboradores profesionales. La calidad profesional, humana, el trato cercano, el compromiso con la organización y con las solicitudes que reciben por parte de la población, son primordiales en esta consideración. Se puede evidenciar que los profesionales muestran su satisfacción en el nivel desempeño de sus labores, con lo cual plantean mejoras institucionales las cuales deberán ser consideradas. En esta investigación se evidencia notoriamente el protagonismo de los usuarios y los profesionales (también los de primera línea, en ocasiones grandes olvidados en estudios de

satisfacción laboral), estos tienen mucho para aportar en la percepción sobre los servicios puestos a disposición de la sociedad.

(Caráza, 2015) En su investigación:

Expone, hace varios años atrás, una problemática relacionada a un importante sector doctrinal, que reclama una recomposición de la institución en relación con la responsabilidad patrimonial de la Administración y de su alcance. Esto siempre vinculado a sectores donde la actividad de la Administración es de medios y no de resultados, como se pudo evidenciar en la investigación, la cual expone argumentos acerca de la sanidad pública, donde según indica, radica el mayor número de disconformidad y reclamaciones, esto motivado por el funcionamiento normal o anormal de los servicios públicos, los tribunales han preferido enfocarse en el carácter objetivo del sistema de responsabilidad patrimonial a base de implementar múltiples doctrinas. Resultado de esto fue, que, en su conjunto, existe una diferenciación entre lo que la ley detalla y lo que los tribunales finalmente aplican e, incluso, también se pudo identificar múltiples contradicciones entre las propias resoluciones judiciales, lo que hace suponer una evidente deformación del principio de seguridad jurídica. En la citada investigación, se realizó un estudio de la legislación, la jurisprudencia y de los dictámenes de los órganos con los cuales se rige la Administración, tanto del

estado como los autonómicos, en materia de responsabilidades administrativa en los últimos años, donde se expone un margen de tolerancia a los estándares de calidad a la hora de realizar el reconocimiento del funcionamiento del servicio. Entre las técnicas consideradas, se centró el trabajo de investigación en los estándares de calidad, no sólo por la importancia que actualmente tiene en la jurisprudencia, sino porque su aplicación y efectos en materia de responsabilidad tienen un papel crucial a la hora de decidir sobre un gran número de las reclamaciones, donde exista responsabilidad por omisión, por retraso en el funcionamiento de los servicios. Con esta finalidad es determinante concientizar al legislador y a la Administración, para que puedan realizar una labor que se refleje positivamente en los estándares de funcionamiento, rendimiento, seguridad, mantenimiento, eficacia, diligencia, en suma, de calidad de los servicios, de manera que constituyan un parámetro de referencia para los jueces y para el resto de los operadores jurídicos y los ciudadanos. La tesis presentada expone o muestra ventajas que son derivadas de la implantación de estándares de calidad de los servicios públicos, de su relación positiva, así como extender el conocimiento de estos tanto entre los usuarios externos como internos del servicio. Que la población o ciudadanía sea consciente de los derechos que le corresponden en relación con el cumplimiento de unos determinados niveles de funcionamiento, de

eficacia, de rendimiento, de mantenimiento, vinculados a la prestación del servicio.

(León, 2017) En su investigación:

Toma como referencia la profundidad del mecanismo que realiza el análisis del desempeño relacionado a resultados, esto implementado en la Administración Pública, desde los años ochenta con la denominada Nueva Gestión Pública, marcando la pauta con una tendencia que determina que los funcionarios e instituciones públicas en general, rindan cuentas de su gestión ya no solo a través de la tradicional observancia de las normas y procedimientos, sino, de manera principal, mediante la demostración efectiva de cumplimiento de los objetivos, metas y otras funciones que se definen mediante un proceso previo de planificación. En relación con lo antes mencionado, se busca estudiar la manera en la que, a través de la instauración y la evaluación del desempeño, como mecanismo de rendición, basado en que la Administración Pública podrá brindar servicios con eficacia, eficiencia y, sobre todo, con parámetros de calidad a los administrados, considerando fundamental el Derecho Administrativo. Principalmente, se pretende realizar la implementación de un mecanismo que tiende a mostrar transparente la gestión de la Administración Pública y que



debe mejorar la prestación de los servicios públicos a favor de la ciudadanía.

(Dorado, 2004) En su investigación:

Desarrolla temas relacionados al futuro de las organizaciones deportivas donde se plantea que éstas deben ofrecer servicios eficaces, en los cuales se otorgue y se ponga a disposición de los usuarios las herramientas necesarias para el acceso a la práctica de la actividad física en las mejores condiciones posibles, siempre en búsqueda de la calidad en el servicio y su satisfacción.

La finalidad principal de la investigación se ubica básicamente en evaluar la satisfacción de los usuarios de los servicios deportivos municipales de Castilla-La Mancha y de esta forma establecer relaciones con la calidad del servicio y de esta manera definir un modelo de gestión fundamentado en la calidad donde se plantee mejorar la prestación de éstos servicios en un ámbito local y de esta manera también se pueda aplicar a otras organizaciones con características parecidas a las de la investigación expuesta, con el objeto de dirigir la gestión de éstas entidades deportivas hacia un proceso de mejora.

En la investigación se realiza una propuesta de análisis sobre la necesidad de que los servicios deportivos municipales sean cada vez más eficaces en el manejo de los recursos, con el fin de lograr dar

respuesta a las necesidades razonables de los usuarios, mediante el conocimiento y logro de su satisfacción.

### **2.2.2 Antecedentes Nacionales**

(Pastor, 2014) En su investigación:

Expone el análisis de la entidad Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, en relación con la manera en la que aplica las políticas públicas de previsión de agua potable y servicios de alcantarillado en el Perú, donde solidariza o comparte la responsabilidad de inversión en diferentes niveles de gobierno y con las empresas que prestan servicios de saneamiento, las cuales se encargan de proveer, de los mencionados servicios, en el ámbito urbano, la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento - SUNASS- controla las actividades. Varios organismos internacionales y nacionales, orientando a una política de inversión pública, cuyo objetivo general está contenido en el Plan Nacional de Saneamiento 2006-2015, en el cual se reitera en la obligación del Estado en relación con la “contribuir a ampliar la cobertura y mejorar la calidad de vida de la población, lograr la sostenibilidad de los servicios de agua potable, alcantarillado, tratamiento de aguas servidas y disposición de excretas”, los recursos públicos son destinados de manera prioritaria a ampliar la cobertura de servicios. Según expone el Banco Mundial, el promedio de inversión pública

en el sector saneamiento, entre los años 2005 y 2010, ha sido de 640 millones de dólares por año, 4.5 veces más que el observado para los cinco años anteriores. Bajo ese contexto la SUNASS fiscaliza y supervisa las metas e indicadores de gestión acordados y contenidos en sus Planes Maestros Optimizados, que trata sobre la ampliación de cobertura, este proceso que tiene como razón principal la acción y orienta sus mayores esfuerzos en cumplimiento a las disposiciones. Las inversiones se orientan a la mejora de la calidad de los servicios, esto se puede traducir en la satisfacción de los clientes. Antiguamente se impuso la oferta de los servicios en los términos que el estado, mediante las diversas instituciones ha establecido, muy poco se ha hecho para escuchar a la demanda, e incorporar sus expectativas en las decisiones empresariales.

La investigación expone y desarrolla un Modelo de Evaluación de la Satisfacción de los Clientes, sobre la base de una parte de los estudios realizados por el Programa de Agua y Saneamiento del Banco Mundial. El Modelo se debe aplicar y desarrollar mediante los conceptos del “Agua como Recurso, Producto, Servicio y Precio”, que contribuyen a explicar el vínculo entre lo proyectado y sus clientes, esto servirá para definir los parámetros de calidad de servicio que explican la Satisfacción de los Clientes; situación que dispone un ambiente favorable para el desarrollo de inversiones, sinceramiento de tarifas y uso adecuado y sostenible de los

servicios. El desarrollo de la Tesis ha seguido el riguroso proceso de investigación, cada una de las preguntas ha sido orientadora en el análisis e interpretación de los resultados, las conclusiones y recomendaciones proponen que se deberá incorporar un modelo de gestión, así como considerar la voz de los clientes en las futuras decisiones de inversión, así como confeccionar indicadores de gestión de satisfacción.

(Blanquillo, 2017) En su investigación:

La investigación titulada: Calidad y la satisfacción del usuario de Saccsamarca - Huancavelica – 2016, tuvo como objetivo principal determinar la relación entre las variables, calidad y la satisfacción del usuario de Saccsamarca Huancavelica en el año 2016. El tipo de investigación según su finalidad fue sustantiva del nivel descriptivo, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental. La población estuvo conformada por 1200 usuarios, la población objetivo es de 66 personas que hicieron uso del programa siendo la muestra de 56 usuarios, el tipo de muestreo es no probabilístico. La técnica utilizada para recolectar la información fue la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron debidamente validados determinando su confiabilidad.

(Rodríguez, 2016) En su investigación:

El presente trabajo de investigación titulado "influencia de la calidad en la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de EL Porvenir". Tuvo como objetivo dar a conocer la manera en la que influencia la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, siendo una materia de vital importancia para la Municipalidad Distrital de El Porvenir.

Recolectaron la información y después de analizada, llegaron a la conclusión que la calidad del servicio que se brinda en la Municipalidad Distrital de El Porvenir si influye en la satisfacción de los usuarios confirmándose la hipótesis propuesta en la investigación.

(Peña, 2018) En su investigación:

En la investigación titulada: "Gestión administrativa y calidad del servicio del usuario en la municipalidad distrital de San Marcos, Huari. Ancash", tenía como objetivo principal la determinación del vínculo entre la gestión administrativa y la calidad del servicio desde el punto de vista de los usuarios de la municipalidad. El estudio de tipo básico de nivel correlacional se desarrolló bajo un diseño no experimental, en una muestra de 328 usuarios en la municipalidad distrital de San Marcos, Huari. Ancash, la técnica para la recolección de información fue mediante encuesta a través

de dos instrumentos, uno para cada variable de estudio. La cita investigación se sustenta en el estudio en base Munch (2010) que tiene como referencia la gestión administrativa y la calidad del servicio, dos conceptos que van de la mano. Los datos procesados descriptivos y los que se puedan inferir, permiten concluir que existe un vínculo significativo y positivo entre la gestión administrativa y la calidad del servicio del usuario en la municipalidad distrital de San Marcos, Huari. Ancash 2016. Se dan las pautas y recomendaciones que ayudarán a crear un clima de confianza y responsabilidad en los empleados y/o servidores de la municipalidad con la finalidad de brindar una mejor atención a los usuarios del distrito de San Marcos.

(Roncal, 2017) En su investigación:

La cual tiene como título “Calidad de prestación de servicios y su influencia en la satisfacción de usuarios del Ministerio Público en el distrito de Trujillo, 2017”; cuyo objetivo de estudio, fue determinar la influencia de la calidad de prestación de servicios en la satisfacción de usuarios del Ministerio Público en el distrito de Trujillo, 2017; para lo cual, se aplicó el diseño de investigación Descriptivo de Corte Transversal - Correlacional, utilizando una muestra de 127 usuarios. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la técnica de la encuesta teniendo como instrumento dos

cuestionarios tipo test que fue elaborado en función a los indicadores de cada variable en estudio: Calidad de prestación de servicios (conformado por 11 preguntas) y Satisfacción de usuarios (conformado por 9 preguntas), utilizando la escala de Likert, para validar el instrumento se utilizó el Juicio de expertos y para determinar la fiabilidad del instrumento se utilizó los resultados de la prueba piloto conformado por 20 usuarios, el cual se calculó a través del coeficiente Alfa de Cronbach obteniendo como resultado para el cuestionario relacionado con la variable independiente “Calidad de prestación de servicios” de 0,773, que es considerado como una fiabilidad “Muy confiable” y para el cuestionario relacionado con la variable dependiente “Satisfacción de usuarios” el resultado fue de 0,789, considerado como una fiabilidad “Muy confiable”, lo cual indica que los datos de la investigación de ambas variables en estudio, son fiables. Al culminar la recolección de datos, se procesaron y analizaron en el programa estadístico SPSS v23, el cual dio como conclusión que la “Calidad de prestación de servicio influye en la satisfacción de usuarios del Ministerio Público en el distrito de Trujillo, 2017”.

## 2.2 Bases Teóricas

La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios son dos indicadores que se encuentran en conjunto y son de prioridad entre sí, inclusive, durante el desarrollo de estos, pareciera que tienen la misma aplicación.

La calidad del servicio depende del resultado de una evaluación del usuario, puesto que, se debe valorar si el servicio cumplió con lo esperado, lo cual marcará la pauta, ante experiencias futuras.

Por esta razón, el usuario es quien determina si el servicio tiene la calidad o no, esto parte desde las perspectivas visualizadas y del valor que cumplen las mismas.

En cuando a la satisfacción del usuario, se podría afirmar, que se vuelve la consecuencia de brindar un servicio de calidad.

La satisfacción es una definición que abarca muchos aspectos, entre ellos, factores personales y las situaciones que se generan al brindar los servicios.



## **Conceptualización de la variable Calidad de Servicio.**

### **Calidad**

Según (Gonzales, 1994):

La calidad que caracteriza al bien o servicio se precisa como: La estructura en su totalidad en cuanto a las características del bien o servicio que se enlazan con los siguientes factores primordiales que son mercadotecnia, ingeniería, manufactura y el mantenimiento que mediante el bien y servicio en actividad cumple con lo esperado por los usuarios. Además, la calidad es una evaluación de los usuarios, el cual se basa en la destreza del usuario con el bien y servicio.

Según (Gutierrez, 2010):

Calidad es que un producto sea adecuado para su uso. Así, la calidad consiste en ausencia de deficiencias en aquellas características que satisfacen al cliente. La calidad la determina el usuario, por el mismo motivo que el análisis que recibe de un bien o servicio, que por lo común el resultado puede ser aceptado o negado. El usuario termina complacido cuando le brindamos lo que realmente busco encontrar. De tal modo, que la calidad es ante todo la satisfacción del cliente la cual está ligada a las expectativas que este tiene sobre el producto o servicio.

Según (Cuatrecasas, 2011):

La calidad es un conjunto de particularidades que tiene un bien o servicio el cual se encuentra por medio de un sistema productivo, así como la extensión del placer de los requerimientos del cliente, la calidad es un cumplimiento de las circunstancias del producto y el análisis para las que haya sido elaborado.

Según (Valls, Román, Chica, & Salgado, 2017)

Berry (1988) La calidad es un argumento del servicio, puesto que la calidad es una predicción, y no una salida tardía. El cual es carácter de un análisis que influye en cada paso de progreso de los servicios, políticas, tecnologías y nueva infraestructura.

### **Gestión de la Calidad**

Según: (Valls, Román, Chica, & Salgado, 2017)

La gestión de calidad influye en la planificación, y retribución de recursos y actividades sistemáticas, ya que tiene conexión con la planificación, programación y la constantes evaluaciones a la calidad, actualmente abarca de forma integral el tiempo de existencia de la calidad del bien o servicio, en este periodo el

usuario viene a formar un mecanismo de solución en las objetivos de la organización.

### **Gestión de la calidad total (GCT)**

Según (Valls, Román, Chica, & Salgado, 2017)

Es la táctica y cultura de la empresa puesto que todos los usuarios estudian, practican, participan y fermenta el desarrollo de la calidad en el bien o servicio, Puesto que, la Gestión de calidad se enfoca en la colocación de todos los miembros de la organización que influye en todas las practicas que tiene un espacio en la misma, con la meta de afianzar certeza en la gestión.

### **¿Qué podemos conseguir con la aplicación de la GCT en el servicio público?**

Según, (Bonilla, 2009)

Genera un alto nivel de satisfacción de los puntos sociales asociados a la empresa, directores, usuarios y comunidad.

El cual permite identificar y lograr el plan de objetividad de la organización. Además, permite realizar las funciones de manera más simple, rápidas, economicas y satisfactorias en general. También identifica, analiza y resuelve los problemas que afectan a la empresa en todas las áreas tanto técnico, administrativo y

financiero. De tal modo, que logran resultados en la reducción de costos y mejoría continua de los datos identificados, valorización, participación y reconocimiento de los directores, así mismo motivando que desarrollen toda su capacidad dentro de la empresa.

### **Calidad total en los servicios públicos**

Según (Bonilla, 2009)

En cuanto a lo expresado la calidad total de los servicios públicos que brinda el estado, permitirá que los recursos escasos para la población, sean utilizados de manera eficiente y eficaz, a la vez permitirán un mayor avance para el crecimiento y satisfacción de los usuarios, en tanto la calidad total ayudara a que el sector público pueda disminuir el riesgo de insatisfacción y aumentar la calidad del servicio, por medio de reducción de costos y a la vez implementando nuevos proyectos eficaces.

### **¿Qué podemos conseguir con la aplicación de la GCT en el servicio público?**

Según (Bonilla, 2009)

- Mayor satisfacción de los usuarios de la población
- Visualizar y realizar objetivos cuantitativos
- Estandarizar los procesos técnicos y administrativos

- Identificar los problemas y resolver en menor tiempo posible
- Obtener resultados nunca antes alcanzados
- Reducción de los costos en totalidad y mejora continua de los objetivos obtenidos
- Beneficios tanto la población y usuarios.

### **Los 3 tipos calidad**

Según (Cuatrecasas, 2011):

- Calidad del usuario: representa a la eficacia que espera el usuario para complacer sus necesidades el cual se relaciona con las distintas características que aportan en la eficacia del bien.
- Calidad de diseño: Es la eficacia que la organización diseña, planifica, y desea alcanzar a producir para manifestar a las necesidades de los usuarios.
- Calidad de producción: se mide en el nivel de desempeño por la característica de calidad de un bien o servicio y de las especificaciones de los diseños.

### **Pasos del control de calidad**

Según (Gonzales, 1994):

El procedimiento para cumplir el objetivo de calidad industrial se llama control de calidad. Los procedimientos para cumplir los

objetivos de producción y costos se llaman, respectivamente, control de producción y control de costos. Hay normalmente cuatro pasos en el control de calidad:

- Establecimiento de normas. Determinar las normas requeridas costo-calidad, rendimiento-calidad, confiabilidad-calidad para el producto.
- Evaluar el rendimiento del producto manufacturado o el servicio ofrecido, respecto a esas normas.
- Actuar cuando sea necesario, corrigiendo problemas y sus causas a través del rango total para la satisfacción del usuario en el área comercial, diseño, ingeniería, producción y mantenimiento en sus factores e influencia.
- Planeación de mejoramiento. Desarrollar un esfuerzo continuo para mejorar las normas de costos, rendimiento, seguridad y confiabilidad.

### **El enfoque del control de calidad total**

Según (Gonzales, 1994):

La razón de este amplio enfoque es que la calidad de cualquier producto puede ser afectado en muchas etapas del ciclo industrial.

1. En el departamento de mercadotecnia se evalúa el nivel de calidad que los clientes quieren y por el cual están dispuestos a pagar.
2. En el departamento de ingeniería se reduce estas evaluaciones de mercado a las especificaciones exactas.
3. En el departamento de compras se selecciona contratos con proveedores para adquirir partes y materiales.
4. En ingeniería de manufactura se selecciona los dispositivos, herramientas y procesos de producción.
5. Los supervisores de manufactura y los operadores de taller ejercen una mayor influencia de calidad durante la fabricación de partes, subensamble y ensamble final.
6. En la inspección mecánica y en la revisión de prueba funcional se verifica que se cumpla con la especificación.
7. El personal de embarque calibra el empaque y la transportación.
8. En la instalación del producto o servicio se asegura la operación apropiada de acuerdo a las instrucciones y se le da después el mantenimiento apropiado a través del servicio.

## **¿Qué es calidad de servicio?**

Según (Melara, s.f.):

la eficacia del servicio se conceptualiza que es el resultado del cálculo de desempeño que realiza el usuario.

El servicio alcanza lo que pronostica, considerando que se visualiza en la transformación de las transacciones a mediano o largo plazo de las experiencias del usuario. Puesto que, la calidad del servicio lo define el usuario y por consecuencia es el que toma la decisión si es calidad o no partiendo de sus expectativas y el nivel de estas.

## **Mejoramiento de la calidad**

Según (Gutierrez, 2010)

Es el progreso y/o desarrollo de los niveles de calidad.

- Implementar la infraestructura que se requiere cuando se desea lograr el progreso anual de la calidad. (espacios, Equipos, entrenamiento, procedimientos, políticas)
- El análisis específico a mejorar y determinar los proyectos para implementar.
- Se organiza un grupo para relide progreso para todo plan, con una alta responsabilidad concisa para alcanzar un plan de éxito .



- Provee los bienes, la formación y el incentivo para el equipo.
- Diagnosticar las causas
- Incentiva a la empresa de medidas.
- Estipula controles para normalizar y sostener las mejoras.

### **Planificación de la calidad**

Según (Gutierrez, 2010):

- Determinar quiénes son los usuarios.
- Determinar la deposición del usuario.
- Explicar un lenguaje de expresión para los usuarios.
- Crear un servicio que cubra a las necesidades.
- Realizar una causa práctica para elaborar muchos productos en cumplimiento a las expectativas de los usuarios.
- Procesar el desarrollo de los resultados a las operaciones.

### **Justo a tiempo (JIT)**

Según (Render & Jay, 2007)

Los sistemas de JIT se diseñan para entregar bienes justo cuando se necesitan, JIT se relaciona con la calidad en 3 formas:

1. **JIT reduce el costo de calidad:** Esta situación sucede puesto que el desperdicio, la labor, la inversión dentro del inventario y gastos

generados se enlazan de forma frontal con el inventario que hay. esto quiere decir si hay una reducción de inventario, los gastos son menores.

2. **JIT mejora la calidad.** El JIT reduce el tiempo de recepción de un bien o servicio, tienen la manera de que esta fresca la prueba de los errores y limita la cantidad de fuentes potenciales de equivocación, Tanto es así que el JIT crea un proceso de aviso temprana ante las situaciones o problemas de calidad, de manera interna de la organización.
3. **Mejor calidad significa menos inventario y un mejor sistema JIT fácil de usar:** Frecuentemente el anhelo de sostener un inventario es defenderse del mal desempeño de producción respecto al resultado de una eficacia menos confiable. Puesto que, si hay una eficacia persistente, el JIT hará que las organizaciones disminuyan los costos que son directamente de un inventario.

### **¿Qué normas y criterios respaldan los sistemas de administración de la calidad?**

Según (Summer, 2006):

Recompensar de manera adecuada las necesidades, requerimientos y expectativas del usuario, las empresas con resultados eficientes crean y utilizan el programa de excelencia en la calidad. los procesos de gestión de la calidad es un conjunto de ingredientes

necesarios para el personal de la empresa puesto que podrán unificar, diseñar, perfeccionar, producir, transferir y apoyar los bienes y servicios que el usuario necesita. los programas de mayor afirmación de gestión de calidad son dinámicos, esto quiere decir, que son capaces de adaptarse a los cambios para lograr la satisfacción deseada, requerimientos y perspectiva de sus usuarios. Además, de encontrar directrices para sostener una estructura del programa de gestión de la calidad, y sostener los procesos y programas, las empresas eficientes emplea las normas como ISO 9000 y QS9000 programas Seis Sigma.

### **¿Qué es el ISO 9001:2000?**

Según (Summer, 2006)

La norma se basa en los programas de gestión de la calidad, por ende, exige la personalización de los procesos de gestión de calidad, ya que es una frecuencia y las interacciones con procesos de un hecho decisivo.

### **Principios del ISO 9001: 2000**

Según (Summer, 2006) indica que:

- Empresa que se enfoca directamente con el cliente

- Liderazgo
- Intervención de los usuarios
- Orientación en los procesos
- Dirección de procesos para la gestión
- Toma de decisiones que se basan en hechos.
- Relaciones que benefician a los proveedores

### **Principios en donde descansa la calidad del servicio**

**Según** (Maldonado, 2015)

- El usuario es la única persona que pueda evaluar la calidad del servicio
- El usuario es la persona que analiza la excelencia del bien o servicio
- La organización debe tener objetivos claros que le permitirán lograr metas, aumentar la utilidad y ser la diferencia de sus competidores.
- La organización debe gestionar lo que espera sus usuarios de un bien o servicio, de modo que reduce los niveles diferenciados entre realidad del servicio y la expectativa el usuario.
- Las promesas se pueden volver normas de calidad.
- La reducción de los errores se basa en tener disciplina y perseverancia.

### **Principio de la calidad y enfoque al cliente**

(Aldana, 2011) Indica que:

Administrar las empresas y lograr el éxito implica tener métodos de procesos que van más allá de las necesidades sentidas de los usuarios, permitirá tener indicadores de eficacia y eficiencia que llevaran el rendimiento de producción a mediano o largo plazo. Además, mejorar la imagen de la empresa como objetivo en la intervención del usuario y participación de la misma.

### **Principio de la calidad y liderazgo**

Según (Aldana, 2011):

Los altos mandos organizan el propósito y trabajan la gestión de la empresa. El punto de partida es que se debe alcanzar un buen clima laboral. Esto lograra que los trabajadores se sientan a gusto y así podrán cumplir con sus funciones. Además, se necesita compromiso del consejo. Desean tener y mejorar la satisfacción del usuario interno, con principios, transparencia, humildad, solidaridad y honestidad.

### **Principio de calidad y participación de las personas**

Según (Aldana, 2011):

La población, ocupa un grado en la organización, ya que son la razón de existencia de la misma, con lo cual serán participes en un futuro en los sistemas de calidad, tanto en la creación del proceso y reconociendo las metas alcanzadas, el cual brindara una comunicación de ida y vuelta, tanto como innovación y seguridad en relación con el éxito del proceso del trabajador en la empresa.

### **Principio de calidad y enfoque basados en procesos**

Según (Aldana, 2011):

Un objetivo es alcanzado al cumplir una serie de actividades y además en cuanto los recursos se organizan como el único sistema de procesos.

Las administraciones de los sistemas se basan en hechos, medición e información.

De tal modo que es importante señalar los sistemas claves de la empresa, organiza los sistemas, identifica los responsables y tener un mejor control para mejoramiento continuo.

### **Principio de la calidad y enfoque de sistema para la gestión**

Según (Aldana, 2011):

Unificar, concebir y administrar los sistemas tiene relación directa para un procedimiento, el cual identifica las perspectivas de todas las partes interesadas. La estrategia en la calidad se unifica en las intenciones, la meta para los procesos de los mismos y circunstancia PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar).

### **Principio de la calidad y mejoramiento continuo**

Según (Aldana, 2011):

Los principios para mejorar de modo continuo se articulan a un proceso global, los cuales son aplicados a servicios y también a bienes reales, ya que en conjunto forman un apoyo para un análisis de eficacia, tanto como los resultados de los clientes. Eficiencia tanto las horas que se desempeñan los trabajadores.

Mejorar un proceso va más allá, se debe implementar y plantear herramientas necesarias para conseguir indicadores con resultados de mejora continua el cual permitirá conseguir con la satisfacción de los usuarios.

### **Principio de la calidad y enfoque basado en hechos para la toma de decisiones**

Según (Aldana, 2011):

El principio de la calidad es tomar afirmaciones positivas que son importantes ya que de tal modo se tendrá conocimientos de una data real de la organización. Puesto que ayudara a señalar los parámetros de mejora a tal modo que estarán de acuerdo con los resultados obtenidos en la base de datos, los datos estadísticos y administrativos de calidad. La información percibida permitirá identificar las causas que harán llegar a lazos de formación de calidad. Eso permitirá la toma de decisiones correctas para los proveedores.

### **Principio de la calidad y relación de beneficio reciproco con el proveedor**

Según (Aldana, 2011):

El nexo en cuanto a empresa y proveedores permiten crear una cadena de valorización para que se den alianzas, conocimientos, y además trabajo por el bien de la sociedad, creación de procesos que dan valor a las dos partes; en la empresa siempre será importante la



comunicación para mantener una información clara y de tal modo alcanzar los objetivos de la misma.

### **Cultura de la calidad**

Según (Aldana, 2011):

Es un conjunto de valores y hábitos que tiene una persona, que se complementa con el uso de prácticas y herramientas de calidad en el accionar continuo que le permite colaborar con la empresa para afrontar los retos para lograr la misión de la misma. La cultura de calidad percibirá la innovación de las normas y valores culturales de los trabajadores con fundamentos y valores permitirá ayudar a la empresa para el mejoramiento continuo.

### **El ambiente tecnológico y la calidad del servicio**

Según (Gonzales, 1994):

La tecnología ejerce un fuerte impacto en los negocios en general. Por ese motivo, es fundamental analizarla dentro del enfoque estratégico de la calidad. Principalmente de alcanzar ventajas competitivas durables. La tecnología representa sin duda uno de los principales recursos del estrategia para diferenciar servicios de calidad y obtener ventajas de esas diferencias.

La adquisición o el desarrollo de tecnología puede redefinir el negocio en función del impacto que cause en las necesidades de los clientes. Con la innovación tecnológica se puede proporcionar satisfacción de necesidades latentes, y dar nuevas soluciones.

### **Planificación de la calidad**

**Según:** (Norbert, Lester, & Mottley, 1989)

1. El personal comercial analizara las necesidades y perspectivas del cliente ya que son los responsables del bien o servicio.
2. El diseñador del producto va a traducir las necesidades del usuario con planos detallados del producto y/o servicio, con las especificaciones y tolerancias.
3. El área de ingeniería de fabricación del producto realizara los proyectos de entrada para continuar con los planos de fabricación.
4. El área de ingeniería de proceso realiza los planes de calidad, basándose en los datos alcanzados por el área de ventas, ingeniera de producto y de proceso, y fabricación.
5. El área de delineantes edita los planos de fabricación con los planes de calidad.
6. Las áreas de fabricación producen con arreglo a los planos, especificaciones, tolerancias y planes de calidad.

### **Tipos de medida para evaluar la calidad del servicio.**

Según (José, 2004)

Las medidas de la calidad del servicio son:

- Medidas del resultado: las operaciones logísticas. Respondan a la pregunta ¿cómo lo estoy haciendo? Estas medidas sirven para evaluar tendencias y compararlas.
- Medidas que sirven para hacer un diagnóstico de las causas de unos resultados inferiores o superiores a los objetivos. Responden a la pregunta ¿Por qué?
- Medidas del impacto que tiene el nivel de servicio que se está proporcionando. Sirven para identificar áreas de problemas y oportunidades de mejora del rendimiento.

### **La calidad de la información**

Según (Marcelino & Ramírez, 2014)

La calidad de la información es el grado de que esta provee al usuario del conocimiento suficiente para plantear, organizar, dirigir y controlar una organización. Además, la calidad de información no solo se basa en el contenido, también tiene que ver con la seguridad con la que se almacena, la recopilación de datos y la presentación para una interpretación adecuada.

Información de calidad

- Confiable
- Clara
- Integra
- Actualizada
- Confidencial
- Segura
- Disponible
- Oportuna

### **Conceptualización de la variable Satisfacción del Usuario/Cliente**

#### **Satisfacción del Usuario/Cliente**

Según (Grosso, 2008), la satisfacción se encuentra directamente relacionada a la percepción o predisposición generada que resulta de realizar un comparativo entre las expectativas del cliente/usuario y el servicio que ofrece la empresa o entidad, si el resultado llega a ser neutro o parcial, no se habrá movilizad o ninguna emoción positiva en el cliente, lo que demandaría que la empresa no consiga otra cosa más que hacer lo que por defecto tenía que hacer, sin añadir ningún valor a su desempeño. Si el resultado es negativo, el cliente pasará por un estado de insatisfacción y no se conseguirá un desempeño satisfactorio, la empresa o entidad, tendrá que asumir costos relacionados con volver a prestar el

servicio, compensar al cliente/usuario, neutralizar comentarios negativos, entre otros.

En cambio, si el cliente percibió que el servicio tuvo un desempeño mayor a sus expectativas, el resultado de esta comparación será positivo, esto implicará que se habrá logrado satisfacer gratamente al cliente/usuario.

Según (Grosso, 2008), define la excelencia en el servicio como una cultura en la que el servicio en si muestra un proceso de generación de utilidades. Crea un ambiente motivador de trabajo. Este ambiente lleva a la satisfacción de los empleados. La satisfacción de los empleados genera productividad. La productividad contribuye a crear valor.

El valor impulsa la satisfacción del cliente. La satisfacción crea fidelidad en los clientes, y por último, la fidelización del cliente da como resultado utilidades y crecimiento. (p.111)

Según (Kotler & Armstrong, 2003), la satisfacción de los clientes se encuentra en relación con el desempeño que se percibe de un producto, en virtud de la proporción de valor, tomando como referencia las expectativas del comprador. La satisfacción de los clientes está íntimamente relacionada con la calidad, lo que ha llevado a muchas empresas a adoptar prácticas de administración de calidad total. (p.37)

Según (Kotler & Armstrong, 2003), la satisfacción del cliente depende del desempeño que este puede percibir de un producto en cuanto a la valoración que reciba en relación con las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto es menor a las expectativas, el comprador quedará insatisfecho. Si el desempeño se encuentra de acorde con las expectativas, el comprador quedará satisfecho. Si el desempeño cumple completamente las expectativas, el comprador quedará encantado. Los clientes satisfechos vuelven a comprar y comunican a otros sus experiencias positivas. (p.10)

Según (Vértice, 2012), las influencias que puedan existir acerca de la percepción de la calidad está relacionada a los estudios sobre satisfacción del cliente y estos normalmente resultan complejos. Sin embargo, son indispensables, porque los clientes normalmente callan su insatisfacción en materia de servicio y suelen comentarlo con terceras personas. La experiencia demuestra que de cada cien clientes insatisfechos sólo cuatro expresarán su insatisfacción de forma espontánea. Por esta razón resulta indispensable que cada empresa investigue de forma voluntaria el grado de satisfacción de sus clientes. (p.28)

Según (Vavra, 2000), si se echa un vistazo a la literatura que se ha editado al respecto, nos encontramos con dos posibles definiciones de satisfacción:

- La satisfacción es definida como el estado de ánimo que experimenta el cliente después de consumir un determinado producto o servicio.
- La satisfacción se define como el proceso que experimenta el cliente por el cual percibe y evalúa una supuesta experiencia.

La satisfacción termina por considerarse una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa en relación con sus expectativas, en relación al producto, organización y el rendimiento que será parte de la experiencia una vez establecido el contacto con nuestra organización, una vez probado el producto o servicio. Se considera, que la satisfacción de los clientes influirá en sus futuras relaciones con la organización. (p.25)

Según (Setó, 2004), las empresas y entidades actuales, por defecto deben tomar consciencia de que conseguir la satisfacción de sus clientes es la prioridad principal, y prueba de ello es el creciente interés de las mismas por realizar evaluaciones que permitan medir de una forma precisa el nivel de satisfacción y que proporcionen datos fiables los que puedan ser utilizados para tomar decisiones de gestión y controlar las mejoras en el rendimiento al prestar un servicio. (p.53)

Según (Kotler & Lane, 2006), la satisfacción de los clientes/usuarios:

La satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionado al nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de la comparación del rendimiento percibido de un producto o servicio con las expectativas.

La satisfacción del cliente es la percepción que estos tienen acerca de los productos y servicios que proporcionan las entidades o empresas mediante los productos o servicios que brindan. Con lo anterior, las entidades o empresas determinan las variables y parámetros clave para medir su desempeño y así poder llevar a la entidad o empresa a un estado superior de excelencia, que pueda darles cierto posicionamiento en el rubro en el cual se desempeñan.

Según (Oliver, 1993), El término satisfacción, etimológicamente proviene del latín, y significa “bastante (satis) hacer (facere)”; es decir, está relacionado con un sentimiento de “estar saciado”. Esta procedencia señala que la satisfacción está directamente relacionada al cumplimiento de los efectos deseados por los usuarios/clientes.

Para otras fuentes, la palabra satisfacción significa “liberación de incertidumbre”, lo cual está directamente relacionado a los términos “adecuado”, “conforme” o “saciado”. Así también, algunos investigadores del comportamiento de los consumidores han huido del significado literal del término y se preocuparon por describir el concepto en sí, otorgando un significado específico.



Existen enfoques donde se puede determinar la satisfacción:

Enfoque macro: Orientado a medir la satisfacción general.

Enfoque micro: Orientado a conocer la satisfacción individual.

La satisfacción, también puede ser medida mediante el desarrollo de estándares de comparación, los cuales pueden relacionarse a fenómenos pre-compra y post-compra.

Según (Anderson & Fornell, 1993), señalan que medir la satisfacción consiste en medir la calidad de los bienes y servicios en el momento que los individuos adquieren el producto. Esta satisfacción generada, será un indicador del resultado obtenido en el proceso de compra y consumo.

Según (Anderson & Fornell, 1993) la satisfacción en términos globales, funciona como un indicador de resultado percibido en el proceso de adquisición y consumo, estos indicadores ayudan a brindar un modelo específico al grado de satisfacción de los clientes, además que identifica las causas de la satisfacción e insatisfacción; por otro lado, ayudará a comprender la situación de la empresa en relación a la competencia. Por otro lado, realiza previsiones a largo plazo y reducciones en el costo de operaciones y mercadológicas, en este contexto, medir el grado de satisfacción del cliente revelará no únicamente el nivel de satisfacción, sino que también proporcionará información respecto a los factores que influyen para determinar aspectos relacionados a esta variable.

Según (Eklöf & Westlund, 1998) el interés de medir la satisfacción se ha ampliado del nivel empresarial a otros sectores como el sector público y sus servicios. Así, se desarrollaron trabajos que incorporan modelos de satisfacción global del cliente e incluyen las dimensiones, inclusive, de los atributos del producto.

Así, la medición de la satisfacción del usuario y/o cliente fue abordada en diversos ámbitos, en el sector sin fines de lucro.

Según (Patterson, 1993), en los productos que normalmente demanden cierta implicancia, por parte de los consumidores, se podrá notar un incremento de la capacidad de la calidad percibida a la hora de determinar la satisfacción de los consumidores, mientras que disminuirá la relevancia de las expectativas por el servicio prestado.

Desde el punto de vista del usuario, la satisfacción de una necesidad es la unidad de medición de eficacia por excelencia. La apreciación de los usuarios y la satisfacción o insatisfacción que estos perciban se relaciona de manera directa con la calidad del servicio, con sus características o la información que le proporciona, la cual es una información muy importante y se relaciona al éxito o fracaso del sistema para cubrir sus expectativas. No basta con que el sistema funcione, es necesario que el servicio que se presta sea satisfactorio para el usuario y que éste así lo sienta.

Según (Kotler & Lane, 2006) definen la satisfacción de cliente como: La sensación de placer o de decepción, esto dependerá del resultado de comparar la experiencia del producto, en relación directa con las expectativas previas. Si los resultados no son buenos o son menores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (p.144)

### **Medición de la Satisfacción**

Según (Kotler & Lane, 2006) sobre medir la satisfacción, exponen que existen muchos métodos para la medición de la satisfacción del cliente, entre los cuales se utilizan con mayor frecuencia, encuestas regulares, seguimiento del índice de abandono de clientes, entre otros.

Según (Walker, 2005), para que las medidas de satisfacción al cliente sean de provecho; deben reconocer dos aspectos:

- Las expectativas y preferencias de los clientes respecto a las diversas dimensiones de calidad de producto y servicio.
- Las percepciones de los clientes acerca de qué tan bien está satisfaciendo la compañía esas expectativas.

Según (Lehmann & Winer, 2007) hacen referencia a que “la calidad se mide a partir de la satisfacción del cliente” y para ello es esencial medir tres aspectos:

- Expectativas del desempeño/ calidad
- Percepción de desempeño/ calidad
- Brecha entre las expectativas y el desempeño

Cuál sea la técnica utilizada para calcular la satisfacción del cliente, lo realmente significativo es que este parámetro sea estudiado de modo continuo, por tratarse de una variable que constituye la primordial causa para crear franqueza, mantener clientes y precisar estrategias acordes con un mercado que cada vez es más riguroso y cambiante. Asimismo, al instante de decidir el método o forma de medición, las organizaciones deben tener presente que se trata de un asunto complicado, por estar involucradas las expectativas y percepciones que tiene el consumidor con respecto al servicio; aspectos estos que dependen en gran parte de la psicología del cliente, así como sus necesidades y exigencias particulares.

### **El Modelo Cognitivo de la Satisfacción**

Según Moliner (2004), el modelo cognitivo de la satisfacción defiende la satisfacción como la consecuencia de la valoración cognitiva que realiza el usuario, con relación a estándares de cotejo, referente a los diferentes aspectos de un producto o servicio. Las expectativas que tiene acerca del producto o servicio, es su referencia más importante. El modelo de

satisfacción, por su parte, deja de lado el factor evaluativo que considera que los afectos y las emociones juegan un rol importante en los juicios de satisfacción de los usuarios. El modelo cognitivo- afectivo integra ambas teorías y entiende la satisfacción del usuario como el reflejo de procesos cognitivos y afectivos. Sobre el modelo cognitivo de la satisfacción, se considera “una evaluación que analiza si una experiencia de uso es tan buena como se esperaba”. Esta percepción entiende a la satisfacción como una valoración de carácter cognitivo, donde el usuario analiza y evalúa de forma racional los diferentes aspectos de un producto o servicio en base a un estándar de comparación.

La satisfacción permite distinguir varias teorías que se distinguen principalmente en el estándar adoptado por el usuario al comparar el rendimiento percibido del producto o servicio evaluado.

En relación con el modelo afectivo de la satisfacción de los usuarios. Los avances en el estudio de la satisfacción han llevado a algunos investigadores a considerar la satisfacción como un estado afectivo, psicológico o emocional que se deriva del consumo o del uso de un producto o servicio.

### **Modelo cognitivo-afectivo de la satisfacción**

Según, (Yi, 1990); La satisfacción se puede definir como “la evaluación post- consumo y/o post- uso, que varía en base a cada experiencia, lo cual será una fuente de desarrollo y servirá, de ser necesario, como

cambio en relación a las actitudes de cara al objeto de consumo y/o uso y que será resultado de procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo”

### **Los determinantes de la satisfacción**

Según (Yi, 1990), expone las razones por las cuales los usuarios están satisfechos o insatisfechos. Existen varios argumentos que determinan la satisfacción, como las expectativas, el beneficio, la desaprobación en relación a expectativas, la discrepancia, el modo de decisión de adquisición, el tipo de adquisición, las alternativas no elegidas y la adecuada atención de quejas, sin embargo, se puede sostener que las expectativas, el beneficio percibido y la desaprobación en relación a las expectativas son los determinantes de la satisfacción.

### **Manual para mejorar la atención a la ciudadanía en las entidades de la administración pública.**

Según (Katherine Bolaños, 2015), dentro del modelo de satisfacción, existe un estándar para brindar atención con calidad a la ciudadanía, los cuales contienen dimensiones para la gestión de la entidad pública, los cuales definen previamente y señalan características básicas de los procesos de atención a la ciudadanía, lo cual conforma los servicios que ponen a disposición las entidades públicas.

Estándares para una atención de calidad:

- Modelo de satisfacción, en relación con las expectativas.
- Herramientas para medir de la satisfacción por niveles.
- Buenas prácticas, para lograr la satisfacción.

### **Medición de la satisfacción de la ciudadanía.**

Ante los servicios que presta el estado, según (Katherine Bolaños, 2015), existe la cuantificación de la satisfacción de la ciudadanía, lo cual da mayor importancia para entender la opinión de los ciudadanos en relación con la atención brindada por la entidad, lo cual se logra aplicando encuestas mediante cuestionarios estándar, lo cual permitirá obtener un registro sobre la satisfacción de los ciudadanos, esto en relación al servicio recibido.

Para lograr una escala de evaluación de las encuestas, se deberá definir criterios para realizar una medición cualitativa, con una escala de muy baja hasta muy alto, con lo cual se podrá abarcar todo el proceso de atención, así como la orientación recibida.

- Para medir la satisfacción de los ciudadanos en la atención mediante bienes y servicios públicos, se realiza estableciendo un indicador general determinado por la entidad.

- Se establece indicadores para realizar la medición de la satisfacción con los principales trámites, bienes y servicios públicos que estos demandan.

La satisfacción: Es una reacción emocional a determinados aspectos que le resultan relevantes. La opinión que pueden dar los ciudadanos sobre los servicios que prestan las entidades públicas se ve influenciada por la experiencia satisfactoria, o insatisfactoria, que se produce en un determinado momento.

Según (GOYTIA, 2006), la satisfacción del usuario puede cuantificarse y definirse en niveles. En la calidad que el usuario percibe mediante la atención. En la calidad de los procesos. En la eficiencia de los tiempos de espera. En las actitudes de respeto de los servidores públicos. En la información otorgada. En las instalaciones ofrecidas. En los servicios prestados. Todo este conglomerado de cosas hace a la calidad total, que consiste en satisfacer las necesidades y demandas de los usuarios o ciudadanos y que esperan un servicio de calidad.

Según (Soria, 2009), este aspecto relacionado a la satisfacción de los usuarios de servicios públicos debe incentivarse en la administración Pública, erradicando los cuellos de botella, esto en relación con el tiempo y que además no agrega valor, el sector público deberá tener la capacidad de lograr avances sustanciales, tanto en eficiencia como en satisfacción



del usuario. No tiene ningún costo la eliminación de la pérdida de tiempo, siendo esta la forma más fácil que tiene la entidad para mejorar sus procesos. Lo que se tiene que hacer es ir a los lugares de trabajo, observar cómo se llevan a cabo los procesos, reconocer las imprecisiones y pérdidas de tiempo y establecer los métodos necesarios para su eliminación.

### **Medición de la satisfacción de los usuarios que utilizan servicios del estado**

Según el (Hacienda, 2019), en muchos países se está aplicando un proceso de modernización del Sector Público, teniendo el objetivo principal de dar herramientas al colaborar con la finalidad de que con su actuar se muestre una mejora en la satisfacción de los ciudadanos, esto vinculado a los servicios que ofrece el Estado. Se debe realizar una mejora en las capacidades de gestión en la entrega de dichos servicios. Es necesario realizar la implementación de un diseño, donde se evalúen proyectos de modernización, siempre dirigido a las necesidades y a las expectativas de los usuarios, con la finalidad de ser eficientes y eficaces en los procesos.

### 2.3 Glosario de Términos

- **Calidad:** La calidad debe ser utilizada como una herramienta primordial e importante para cualquier tipo de servicio puesto que, en relación con ella, se podrá comparar con cualquier otro servicio del mismo tipo o con similares características. Esto hace que el grupo de conceptos, además de la capacidad que se necesita para mantener tranquilos cubriendo las expectativas que se requieren según el caso establecido.
- **Competencia:** La competencia cuenta con dos grandes vertientes: la principal definición hace referencia a una especie de enfrentamiento que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. Siempre fijados en el mismo sentido, es un tipo de rivalidad entre interesados que intentan acceder a lo mismo, la realidad que viven las empresas que pugnan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio.
- **Comportamiento:** El comportamiento es la conducta, es un conjunto de respuestas, que se puede suscitar por presencia o ausencia. El comportamiento puede darse de manera consciente o inconsciente, de forma voluntaria o involuntaria, esto según las circunstancias que lo motiven. El campo de estudios relacionado a la conducta y el comportamiento animal es la etología y el campo de estudios de la conducta desde el punto de vista de la evolución es la ecología del

comportamiento. El campo de estudios para la conducta humana es la psicología.

- **Cuantificar:** Con relación al verbo cuantificar, este se refiere a la acción de determinar una cantidad. Lo cuantitativo, por lo tanto, consiste en la expresión otorgando valores numéricos.
- **Cultura:** La cultura hace referencia al cultivo del espíritu humano y con esto del intelecto del hombre. La cultura por su definición se encuentra asociada a la civilización y al progreso.
- **Directrices:** Una directriz lleva el valor o connotación de norma o instrucción que se debe tener en cuenta con la finalidad de realizar una cosa o acción. Se trata de aquello que determina cómo se realizará la producción de algo. Las directrices, por lo tanto, sientan las bases para el desarrollo de una actividad específica o de un proyecto en general.
- **Eficacia:** La eficacia es encontrar la forma de alcanzar el efecto esperado, esto como resultado de realizar una acción determinada. No se deberá confundir este concepto con el de eficiencia, el cual se refiere al uso con racionalidad para alcanzar un objetivo predeterminado.
- **Eficiencia:** La eficiencia se refiere a la habilidad de contar con algo o alguien para obtener un resultado en el menor tiempo posible. Este

concepto en algunos casos suele ser comparado con el de fortaleza o el de acción inmediata.

- **Estratificación:** La estratificación siempre habla de la existencia de múltiples niveles, que se caracterizan por elementos determinados y que marcan la diferencia con relación al resto de los niveles. En esta perspectiva, la noción de determinar estratos estaría relacionada a un invento humano, teniendo en cuenta que su objetivo es clasificar y categorizar elementos, circunstancias u otro tipo de eventualidades.
- **Expectativas:** La expectativa es producto de un resultado esperado, es lo que se espera obtener, si es que se da una evento de decepción en el usuario correspondiente al resultado generado. En un estado crítico el usuario tendrá un comportamiento no deseado si es que la perspectiva que visualizar no es de su agrado.
- **Gestionar:** Gestionar se debe entender como conducir procesos, sacar adelante una empresa, proyecto, administrar o manejar una compañía, conducir situaciones específicas.
- **Innovación:** La innovación hace referencia a modificar elementos o procesos ya existentes con el fin de implementarlos, mejorarlos o renovarlos. Además, en el uso común y general, este concepto se usa de manera concreta en el sentido de realizar nuevas propuestas.
- **Organizaciones:** Las organizaciones se muestran como estructuras y/o sistemas administrativos que fueron creados para lograr metas u

objetivos con apoyo de personal, y/o con apoyo del talento humano. Las entidades sociales permiten la asociación de personas que interactúan entre sí para contribuir mediante su especialidad y experiencias al logro de objetivos y metas trazadas.

- **Procesos:** Los procesos describen la acción de avanzar o ir para adelante, esto en relación con el paso del tiempo y siempre vinculado a un conjunto de etapas sucesivas advertidas en un fenómeno natural o necesario para concretar una operación artificial.
- **Productividad:** La productividad es un concepto que muestra la capacidad o el nivel de producción por unidad o conjunto de procesos. De acuerdo a la perspectiva con la que se analice este término puede vincularse a una diversidad de especialidades en las cuales, mostrarse productivo es un índice de ganancia y a la vez genera valor para las organizaciones.
- **Satisfacción:** La satisfacción se puede describir como un estado de saciedad producido por recibir de manera óptima un bien o servicio requerido, dando la sensación de plenitud e inapetencia.
- **Servicio:** Los servicios es un grupo de actividades, las cuales se realizan para satisfacer a una persona, algo o causa. De tal modo también son actuaciones ejercidas por usuarios que conllevara para otro tipo de usuario con el mismo fin, ya que deben cumplir con las necesidades requeridas.

- **Sistemas:** es el conjunto de propiedades sistemáticas el cual permite solucionar problemas por medio de análisis, también ayuda a encontrar soluciones de manera eficiente ya que contiene estructura y entorno eso facilitara que el sistema materialista tengas los mismos procesos de ejecución.
- **Sistemáticos:** Es la parte del proceso de un conjunto de actividades que contiene hipótesis y resultados objetivos, los cuales recaudaran información de varias partes para poder lograr la sistematización a la unidad que pertenecen.
- **Usuario:** es la persona que tiene una necesidad que desea satisfacer, además es aquella que genera la utilización de algo para conseguir el servicio, ya sea de manera abierta o cerrada el espacio.

## **CAPÍTULO III**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **3.1 Hipótesis General**

La calidad en el servicio influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

#### **3.2 Hipótesis Específicas**

- a) La capacidad de respuesta influye positivamente en la calidad del servicio que presta el Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento.
- b) La relación positiva que tiene la fiabilidad con la calidad del servicio para lograr la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.
- c) En qué medida se relaciona positivamente la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento.

#### **3.3 Identificación de Variables**

##### **3.3.1 Variable independiente:** Calidad de Servicio.

##### **Definición conceptual:**

Según Gonzales (1994), En la calidad del bien o servicio se tiene como concepto fundamental, el proceso total de las actividades del producto o servicio que se implementara con la base contundente de la mercadotecnia, ingeniería y

procesamiento que el producto o servicio satisfaca al usuario con sus necesidades necesarias.

El usuario lograra un sentido comun al usuario, el cual no tiene intervencion de los ingenierios o de la data de mercadotecnia que se direcciona a la administracion total. Ya que esto tendra sentido al recurso de lo que recibe como experiencia del usuario con el bien o servicio.

### 3.3.2 Variable dependiente: Satisfacción del Usuario

#### Definición conceptual:

Según Kotler (2006) el concepto primordial de la satisfacción de los clientes/usuarios como: "La conducta que puede ocasionar las recepción al momento que compara la actividad que realice un producto o servicio".

### 3.4 Operacionalización de variables

Variables	Indicadores
Variable independiente: Calidad de Servicio	1.1 Capacidad de respuesta 1.2 Fiabilidad 1.3 Comunicación
Variable dependiente: Satisfacción del usuario	2.1 Empatía 2.2 Tiempo 2.3 Reclamaciones



### 3.5 Matriz de consistencia

Problemas de Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	(V1) Independiente	V1
¿De qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento?	Conocer si la calidad en el servicio influye en la satisfacción de los usuarios en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento	La calidad en el servicio influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.	Calidad de Servicio	1.1 Capacidad de respuesta
				1.2 Fiabilidad
Problema Especifico	Objetivos Específicos	Objetivos Específicos	(V2) Dependiente	1.3 comunicación
1) ¿Cómo influye la capacidad de respuesta en la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento?	1) Conocer si la capacidad de respuesta influye en la calidad del servicio que presta el Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento	1) La capacidad de respuesta influye positivamente en la calidad del servicio que presta el Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento.	Satisfacción de los Usuarios	V2
				2.1 Empatía
2) ¿Cuánta relación tiene la fiabilidad con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento?	2) Conocer la relación que tiene la fiabilidad con la calidad del servicio para lograr la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento	2) La relación positiva que tiene la fiabilidad con la calidad del servicio para lograr la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento.	–	2.2 Tiempo
				2.3 Reclamaciones
3) ¿En qué medida se relaciona la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento?	3) Conocer en qué medida se relaciona la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento	3) En qué medida se relaciona positivamente la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento.	–	–

## **CAPÍTULO IV**

### **METODOLOGÍA**

#### **4.1 Tipo de la Investigación**

La presente investigación es de tipo aplicada, puesto que busca dar respuesta a preguntas específicas generando información útil para dar alternativas y una resolución práctica de problemas en un momento dado.

Según (Baena, 2014) la investigación aplicada tiene como propósito la evaluación, ponderación y análisis de un tema específico destinado para ejercer una acción. La investigación contribuye con hechos nuevos si proyectamos de un modo eficiente la misma, de modo que podamos tener plena confianza en los hechos que se pondrán en evidencia, la información obtenida será de utilidad y podrá ser considerada en la teoría desarrollada. La investigación aplicada por su parte concentra la gran parte de su atención en las posibilidades concretas de poner en ejecución las teorías generales y predestinar sus esfuerzos a buscar soluciones ante las necesidades que se plantea la sociedad.

#### **4.2 Nivel de investigación**

El presente trabajo de investigación se encuentra delimitado entre el tipo de investigación descriptiva y causal, de enfoque cuantitativo, puesto que se hace referencia al grado de profundidad con el que se abordara un fenómeno o un evento de estudio concreto dentro del universo planteado.

**Descriptiva:**

Según (Rodríguez, 2005), abarca la descripción, análisis, evaluación e interpretación del estado actual, conformación de procesos para los fenómenos. El enfoque se aplica en relación directa a las conclusiones que tienen mayor influencia sobre una persona o grupo que se maneja o funciona en la actualidad. La investigación de tipo descriptiva se basa en realidades y su característica principal es la de mostrarnos una interpretación correcta.

La modalidad para procesar datos corresponde al enfoque cuantitativo

**Causal:**

Según (Namakforoosh, 2005), En la esencia de todas las explicaciones científicas existe causalidad, es decir se tiene la expectativa en que una variable independiente pueda generar ciertos cambios en la variable dependiente, así como en la dirección y magnitud especificada por la teoría o problemática planteada en la investigación. (pág. 93)

Como es el caso entre la V1 y la V2.

**Enfoque cuantitativo:**

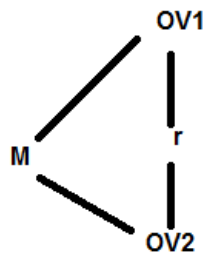
Según (Gómez, 2006), con una perspectiva cuantitativa, la recolección de la información es equivalente a cuantificar. En concordancia con la definición del término, cuantificar significa "Otorgar números a objetos y eventos en concordancia con ciertos parámetros". Sin embargo, no todo el tiempo lo que se quiere observar es cuantificable.

### 4.3 Diseño de la investigación

El estudio responde a un Diseño no experimental de corte transversal

Un diseño no experimental Según (Gómez M. , 2006), “Puede darse una definición relacionada a una investigación que se realiza sin manipular de manera deliberada las variables. Se debe observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después realizar el análisis”.

Es transversal, porque según (Gómez M. , 2006)“este diseño recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (p.102)



Dónde:

M: Muestra

O: Observación

V1: Calidad de Servicio

V2: Satisfacción de los usuarios

r: Nivel de relación o impacto entre las variables

#### 4.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis puede estar conformada por individuos o grupos. Los cuales pueden ser agrupados ya sea familia, sindicatos, clubes o comunas.

La unidad de análisis de esta investigación serán los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento

#### 4.5 Población de estudio

La población de estudio estará constituida por un total de 5000 usuarios.

#### 4.6 Tamaño de muestra

La muestra determinada se utilizará para realizar ciertas inferencias de la población de usuarios con relación a la variable: Satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

#### 4.7 Selección de muestra

Se decidió tomar una muestra probabilística aleatoria simple de los usuarios, (dado que son 5000).

Asimismo, se determinará Para determinar la cantidad total de elementos muestrales con las que se trabajará respecto a los estudiantes se trabajará con la siguiente fórmula:

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

Donde:

**n** = Tamaño de la población.

**N** = Población total: 5000 usuarios

**Z** = Nivel de confianza: 1.96 (95% de confianza)

**p** = 0.50 (probabilidad de éxito)

**q** = 0.50 (probabilidad de fracaso)

**e** = 0.05 error permisible

Reemplazando valores tenemos:

$$n = \frac{[(1.96)^2 (0.50)(0.50)(5000)]}{[(0.05)^2 - (1500 - 1)] + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

$n = 357$  usuarios

Tamaño de muestra será de 357 usuarios

#### 4.8 Técnicas de recolección de datos.

Para conseguir los datos e información pertinente en relación a las variables arriba indicadas se aplicarán las siguientes técnicas:

- a. **La técnica del análisis documental:** Se utilizarán como herramientas para la obtención de información: fichas textuales y de síntesis; las cuales tendrán como fuentes informes y otros documentos de la forma en relación a las variables dependientes.
- b. **La técnica de la encuesta:** Se realizará usando como herramienta un informe; en el cual se tomará los datos obtenidos de la investigación de los usuarios del Ministerio

de Vivienda, Construcción y Saneamiento, en donde se realizará la aplicación para conseguir los datos relacionados a la variable: calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y saneamiento

#### **4.9 Análisis e interpretación de la información.**

Esto se presenta seguidamente de la finalización de la investigación de los datos, los cuales fueron obtenidos mediante el estudio de las técnicas e instrumentos previamente mencionados, recolectando datos de los informantes indicados; fueron ordenados y se tabularon para comenzar el estudio general. Los datos obtenidos, una vez ordenados y tabulados serán analizados mediante la estadística descriptiva, haciendo práctica de tablas de frecuencias y gráficos, para realizar una interpretación adecuadamente el efecto de cada una de las preguntas. Así mismo, para las Hipótesis, se utilizará estadística de investigación, con el fin de manifestar la correlación efectiva entre las variables, involucradas en la actual tesis. Los resultados permitirán sostener una base para realizar las conclusiones de la investigación, y además alcanzar a exponer las conclusiones generales de la investigación.

## CAPÍTULO V

### PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1 Análisis e Interpretación de Resultados

De la diligencia del sondeo como herramienta de recopilación de datos se presenta a continuación la siguiente información:

**La información que pueda brindar el MVCS influye en la capacidad de respuesta de la población ante los desastres naturales.**

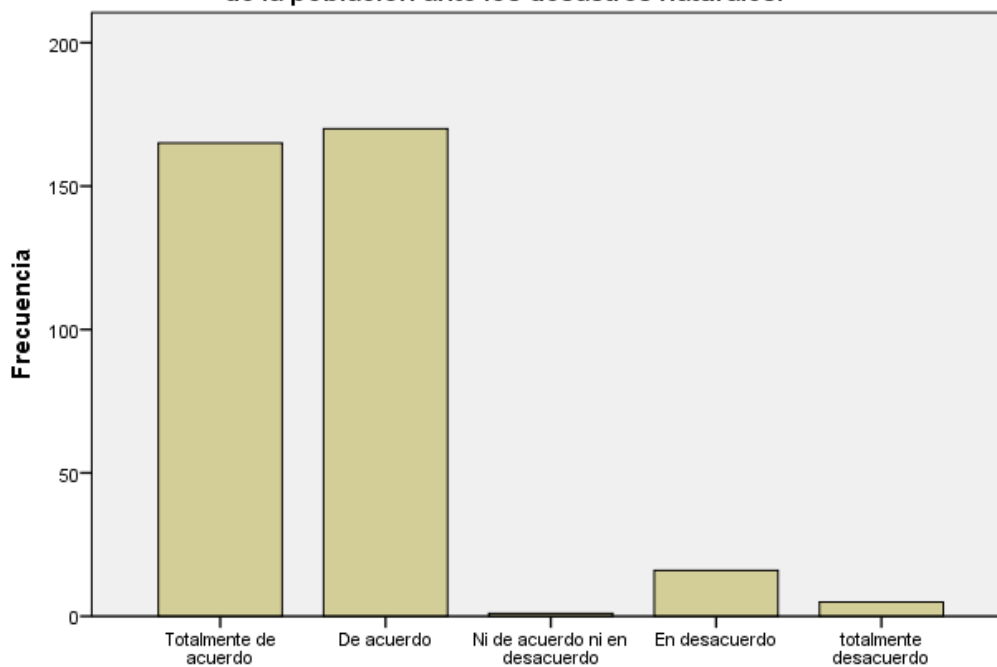
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	165	46,2	46,2	46,2
	De acuerdo	170	47,6	47,6	93,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	,3	,3	94,1
	En desacuerdo	16	4,5	4,5	98,6
	totalmente desacuerdo	5	1,4	1,4	100,0
	Total	357	100,0	100,0	

**Tabla No 1**

Fuente: Elaboración propia



**La información que pueda brindar el MVCS influye en la capacidad de respuesta de la población ante los desastres naturales.**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 1:** *La información que pueda brindar el MVCS influye en la capacidad de respuesta de la población ante los desastres naturales.*

Acorde a los datos obtenidos el 46,2% de la población encuestada expresa estar totalmente de acuerdo en que la información que brinda el MVCS influye en la capacidad de respuesta ante los desastres, un 47,6% aduce estar de acuerdo con la premisa, el 0,3% dice ni estar de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 4,55 manifiesta que está en desacuerdo y el 1,4% de la población expone estar totalmente en desacuerdo.

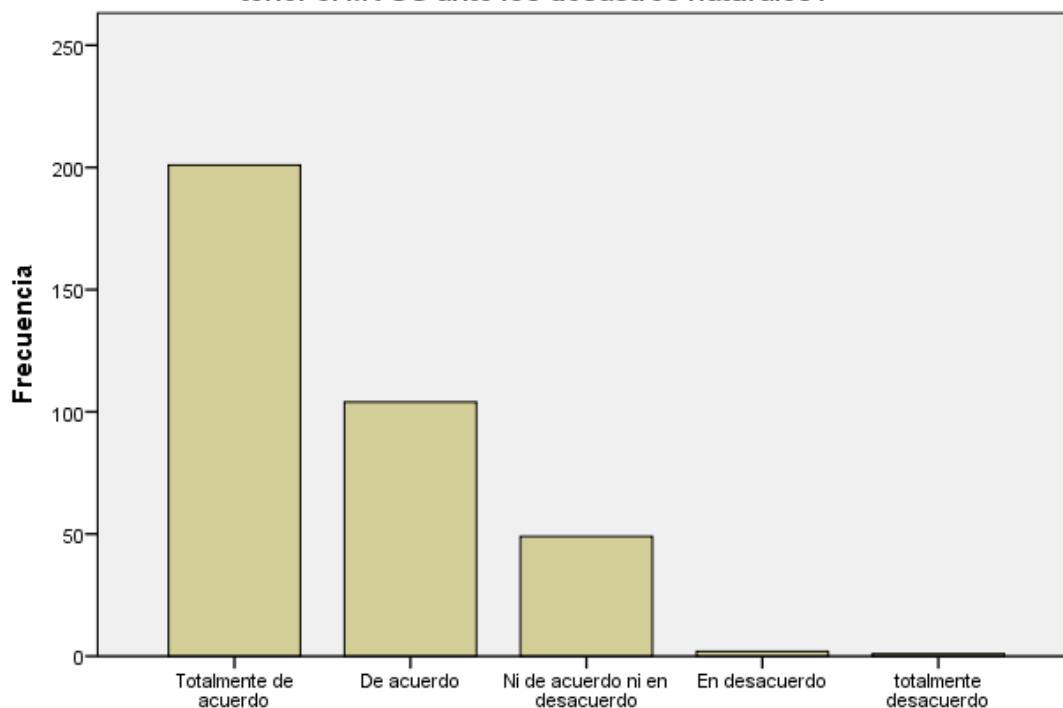
Tabla No 2

**¿Considera Ud. que el tiempo influye en la capacidad de respuesta que pueda tener el MVCS ante los desastres naturales?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	201	56,3	56,3	56,3
De acuerdo	104	29,1	29,1	85,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	13,7	13,7	99,2
En desacuerdo	2	,6	,6	99,7
totalmente desacuerdo	1	,3	,3	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Considera Ud. que el tiempo influye en la capacidad de respuesta que pueda tener el MVCS ante los desastres naturales?**



Fuente: Elaboración propia

*Gráfico 2: ¿Considera Ud. que el tiempo influye en la capacidad de respuesta que pueda tener el MVCS ante los desastres naturales?*

Respecto a lo obtenido en la encuesta realizada tenemos como resultado que la muestra de la población encuestada arroja que el 56,3% está totalmente de acuerdo con que el tiempo influye en la capacidad de respuesta del MVCS antes los desastres naturales, además el 29,1% está de acuerdo, un 13,7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 0,6% está en desacuerdo y por último 0,3% está totalmente desacuerdo.

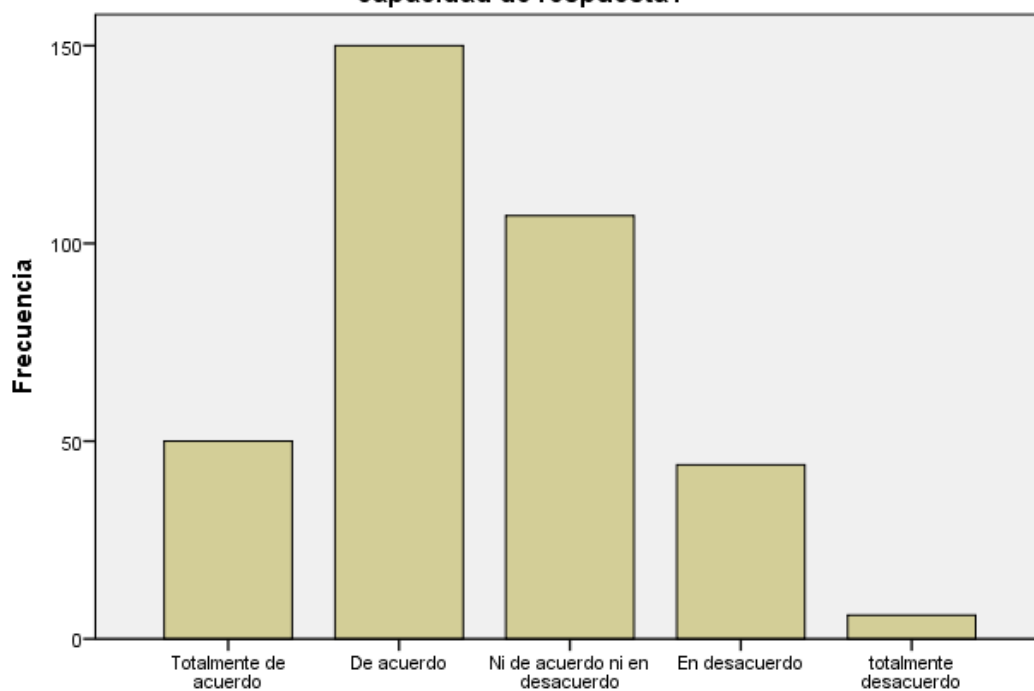
Tabla No 3

**¿Considera Ud. que la demanda de los servicios que brinda el MVCS influye en la capacidad de respuesta?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	50	14,0	14,0	14,0
De acuerdo	150	42,0	42,0	56,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	107	30,0	30,0	86,0
En desacuerdo	44	12,3	12,3	98,3
totalmente desacuerdo	6	1,7	1,7	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Considera Ud. que la demanda de los servicios que brinda el MVCS influye en la capacidad de respuesta?**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 3:** *¿Considera Ud. que la demanda de los servicios que brinda el MVCS influye en la capacidad de respuesta?*

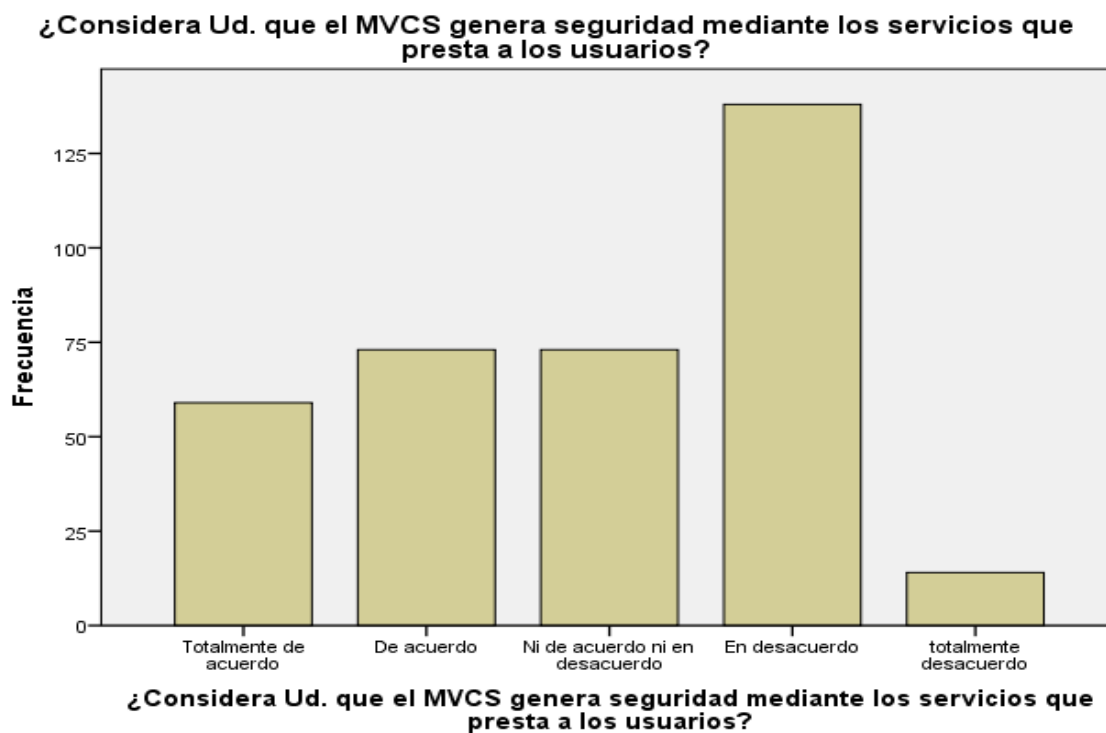
Según los datos obtenidos en la muestra de la población encuestada arroja que 42,0% está de acuerdo con que la demanda de los servicios que brinda MVCS influye en la capacidad de respuesta, además 14,0 está de acuerdo, mientras 30,0% esta Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 12,3% dice estar en desacuerdo y por último un 1,7% manifiesta estar en total desacuerdo.

Tabla No 4

**¿Considera Ud. que el MVCS genera seguridad mediante los servicios que presta a los usuarios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	59	16,5	16,5	16,5
De acuerdo	73	20,4	20,4	37,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	73	20,4	20,4	57,4
En desacuerdo	138	38,7	38,7	96,1
totalmente desacuerdo	14	3,9	3,9	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 4:** *¿Considera Ud. que el MVCS genera seguridad mediante los servicios que presta a los usuarios?*

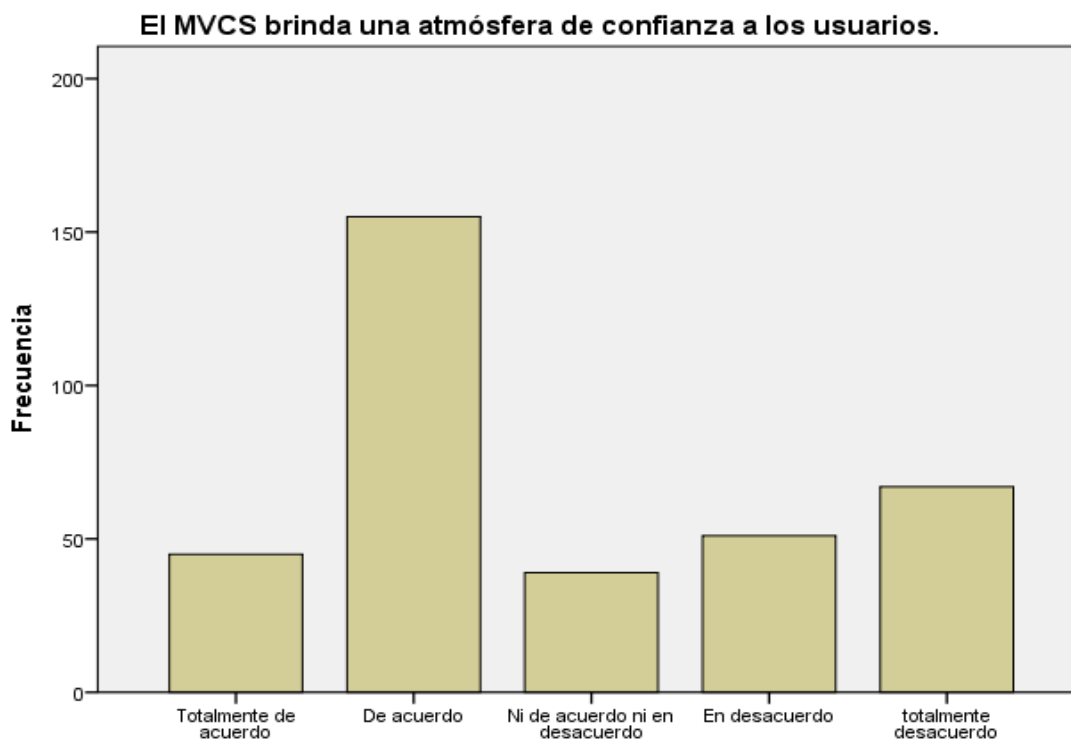
El 16,5% de la población encuestada indica estar Totalmente de acuerdo que el MVCS genera seguridad mediante los servicios que presta a los usuarios, además 20,4% considera estar De acuerdo, un 20,4% esta Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 38,7% de la muestra está En desacuerdo, y por último el 3,9% manifiesta estar Totalmente desacuerdo.

Tabla No 5

## El MVCS brinda una atmósfera de confianza a los usuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	45	12,6	12,6	12,6
	De acuerdo	155	43,4	43,4	56,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	10,9	10,9	66,9
	En desacuerdo	51	14,3	14,3	81,2
	Totalmente en desacuerdo	67	18,8	18,8	100,0
	Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 5:** El MVCS brinda una atmósfera de confianza a los usuarios.



Según la muestra de la población encuestada arroja que el 12,6% está totalmente de acuerdo con que el MVCS brinda una atmosfera de confianza a los usuarios, por consiguiente, indica que el 43,4 está De acuerdo, además el 10,9 esta Ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14,3% está En desacuerdo y finalmente el 18.8% de la Población está Totalmente desacuerdo.

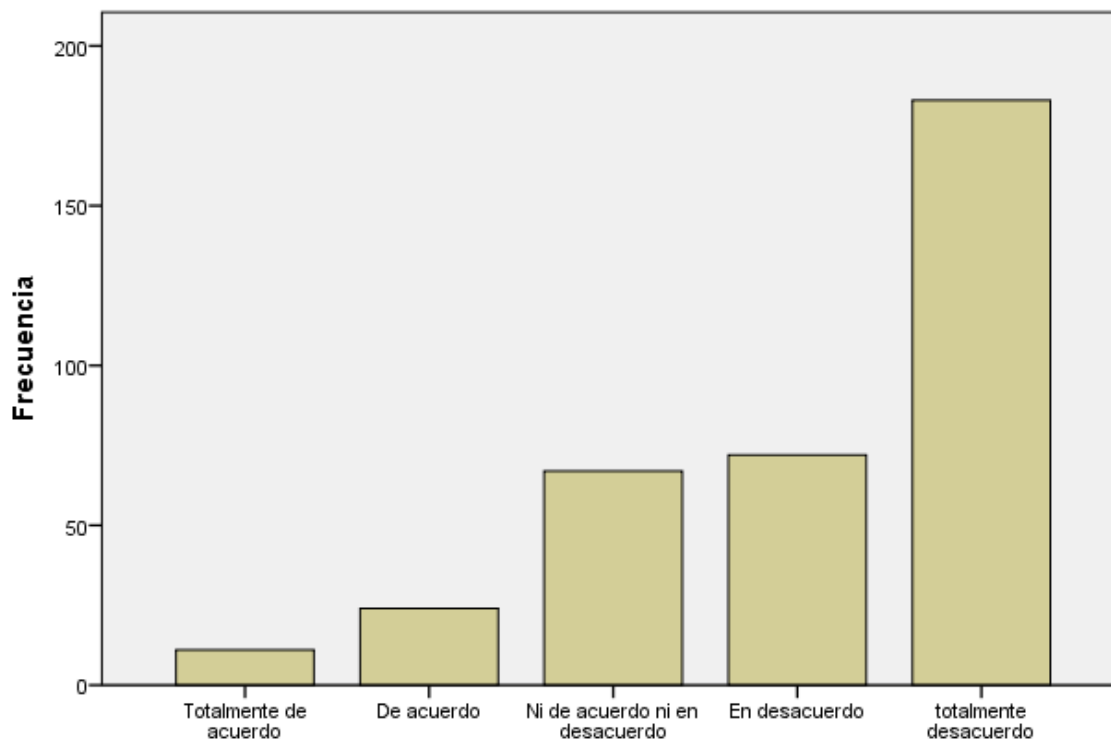
Tabla No 6

**La objetividad en los servicios que presta el MVCS generan fiabilidad en los usuarios.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	11	3,1	3,1	3,1
De acuerdo	24	6,7	6,7	9,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	67	18,8	18,8	28,6
En desacuerdo	72	20,2	20,2	48,7
totalmente desacuerdo	183	51,3	51,3	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**La objetividad en los servicios que presta el MVCS generan fiabilidad en los usuarios.**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 6:** La objetividad en los servicios que presta el MVCS generan fiabilidad en los usuarios.

La muestra de la población encuestada manifiesta que un 3,1% está Totalmente de acuerdo que la objetividad en los servicios que presta el MVCS generan fiabilidad en los usuarios, además el 6,7% indica estar De acuerdo, sin embargo 18,3% esta Ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 20,2% está En desacuerdo y por último 51,3% dice estar Totalmente en desacuerdo.

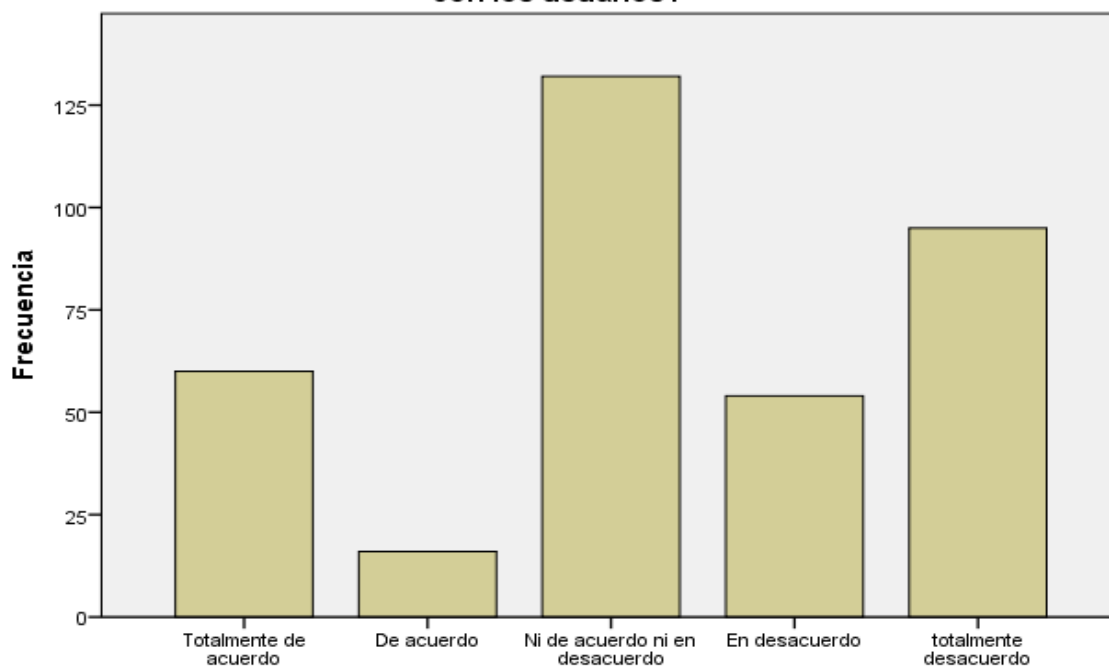
Tabla No 7

**¿Creé Ud. que el MVCS brinda información completa durante la comunicación con los usuarios?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	60	16,8	16,8	16,8
	De acuerdo	16	4,5	4,5	21,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	132	37,0	37,0	58,3
	En desacuerdo	54	15,1	15,1	73,4
	totalmente desacuerdo	95	26,6	26,6	100,0
	Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Creé Ud. que el MVCS brinda información completa durante la comunicación con los usuarios?**



Fuente: Elaboración propia

*Gráfico 7: ¿Cree Ud. que el MVCS brinda información completa durante la comunicación con lo usuarios?*

Según, la encuesta de la muestra nos da como resultado que el 16,8% está Totalmente de acuerdo con que el MVCS brinda información completa durante la comunicación con los usuarios, además nos indica que el 4,5% está De acuerdo, pero el 37,0% indica estar Ni de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo, el 15,1% manifiesta estar En desacuerdo, y el 26,6% dice estar Totalmente en desacuerdo.

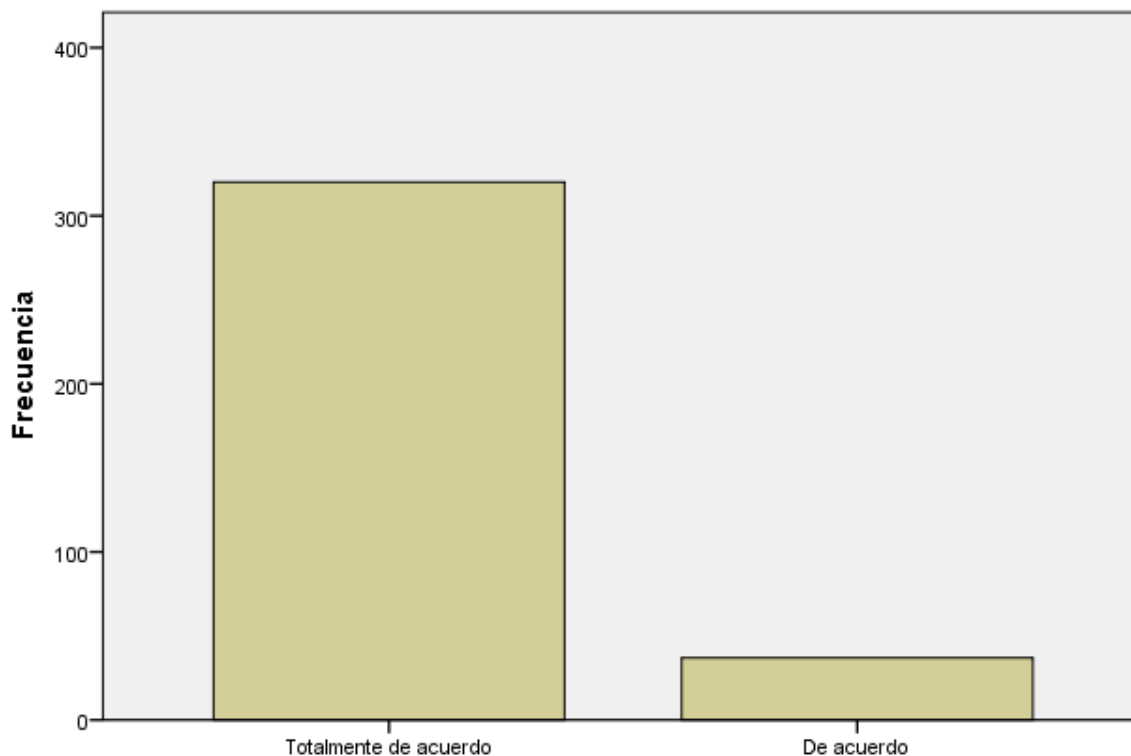
Tabla No 8

**¿Considera Ud. que la transparencia es importante en la comunicación con los usuarios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	320	89,6	89,6	89,6
De acuerdo	37	10,4	10,4	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Considera Ud. que la transparencia es importante en la comunicación con los usuarios?**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 8:** *¿Considera Ud. que la transparencia es importante en la comunicación con los usuarios?*

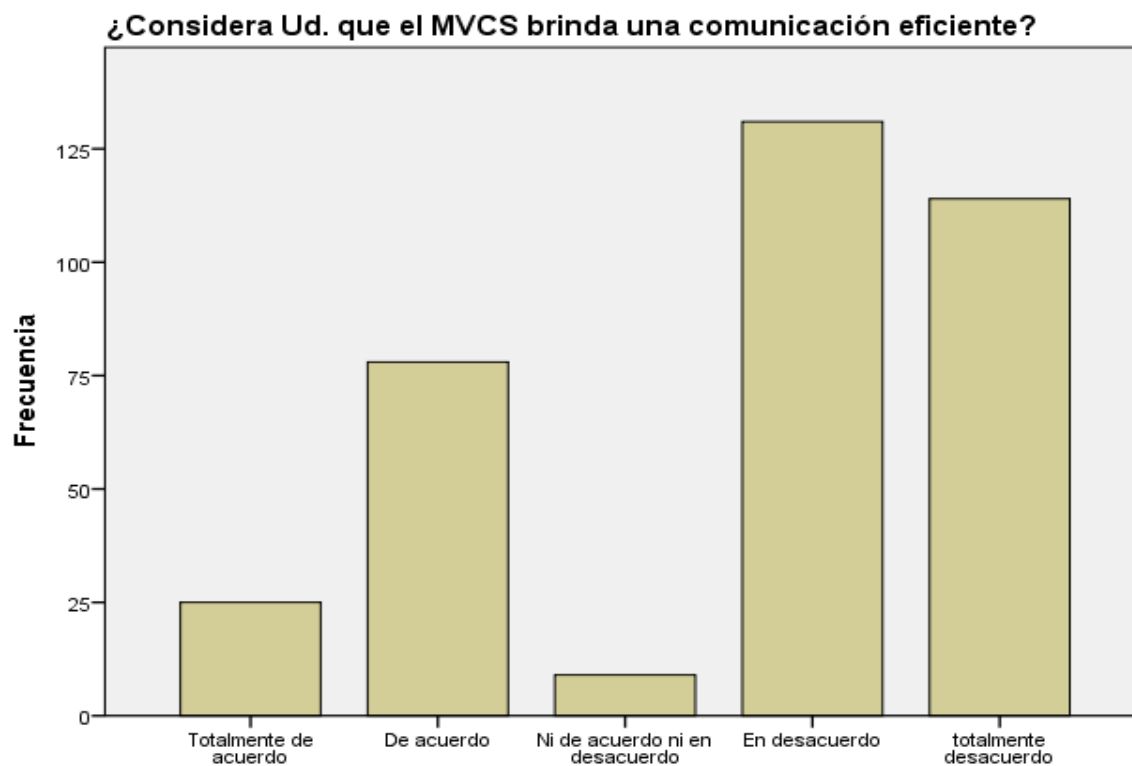
La encuesta realizada nos manifiesta que un 89,6% está Totalmente de acuerdo que la transparencia es importante en la comunicación con los usuarios, sin embargo, el 10,4% está De acuerdo.

Tabla No 9

**¿Considera Ud. que el MVCS brinda una comunicación eficiente?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	25	7,0	7,0	7,0
De acuerdo	78	21,8	21,8	28,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	2,5	2,5	31,4
En desacuerdo	131	36,7	36,7	68,1
totalmente desacuerdo	114	31,9	31,9	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 9:** ¿Considera Ud. que el MVCS brinda una comunicación eficiente?



El 7,0% de la muestra dice estar Totalmente de acuerdo con que el MVCS brinda una comunicación eficiente, además el 21,8% está De acuerdo, el 2,5% aduce estar Ni de acuerdo ni en desacuerdo, pero el 36.7% de la población indica estar En desacuerdo, sin embargo, el 31,9% de la población encuestada dice estar Totalmente en desacuerdo.

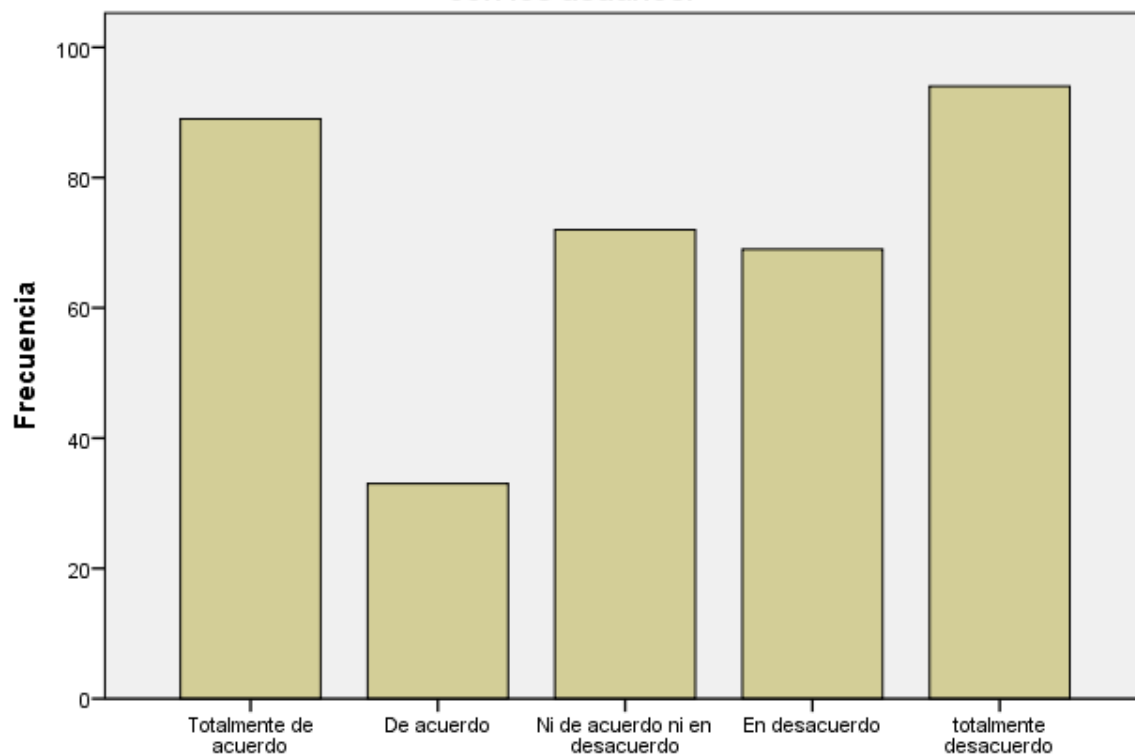
**Tabla No 10**

**La innovación en los servicios que presta el MVCS van en relación a la empatía con los usuarios.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	89	24,9	24,9	24,9
De acuerdo	33	9,2	9,2	34,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	72	20,2	20,2	54,3
En desacuerdo	69	19,3	19,3	73,7
totalmente desacuerdo	94	26,3	26,3	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**La innovación en los servicios que presta el MVCS van en relación a la empatía con los usuarios.**



Fuente: Elaboración propia

*Gráfico 10: La innovación en los servicios que presta el MVCS van en relación a la empatía con los usuarios.*

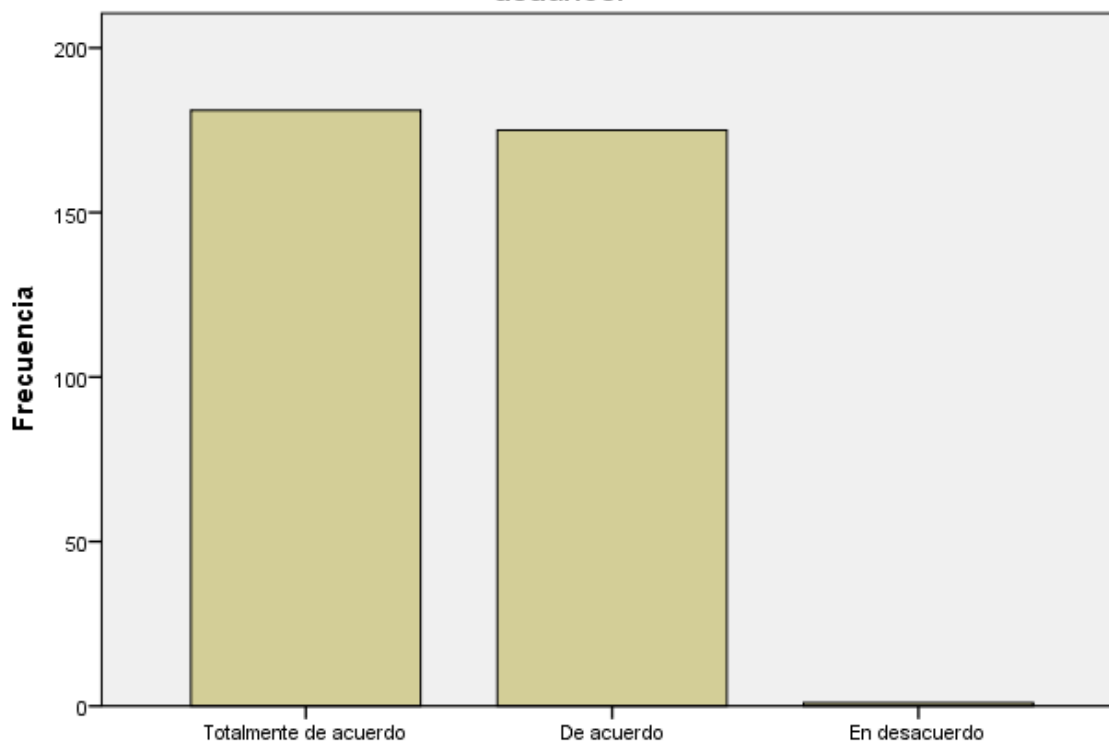
Los datos obtenidos de la población indica que el 24,9% está Totalmente de acuerdo con que la innovación en los servicios que presta MVCS van en relación a la empatía con los usuarios, además el 9,2% de la población está De acuerdo, el 20,2% esta Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 19,3% está En desacuerdo y finalmente el 26,3% de la población manifiesta estar en Totalmente desacuerdo.

Tabla No 11

**La equidad en los servicios que presta el MVCS genera empatía con los usuarios.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	181	50,7	50,7	50,7
De acuerdo	175	49,0	49,0	99,7
En desacuerdo	1	,3	,3	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**La equidad en los servicios que presta el MVCS genera empatía con los usuarios.**

Fuente: Elaboración propia

*Gráfico 11: La equidad en los servicios que presta el MVCS genera empatía con los usuarios.*

Los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población indica que el 50,7% están Totalmente de acuerdo con que la equidad en los servicios que presta el MVSC genera empatía con los usuarios, además 49,0% de la población dice estar De acuerdo, sin embargo, el 0,3% de la población manifiesta estar En desacuerdo.

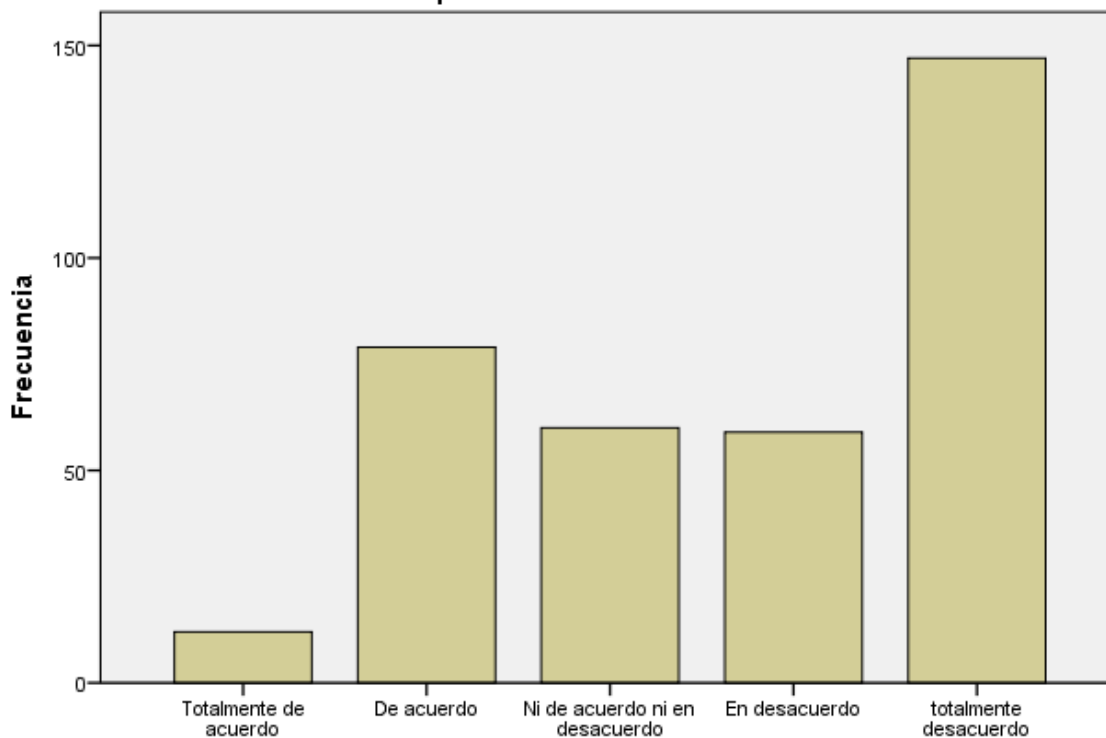
Tabla No 12

**La confianza que genera el MVCS mediante los servicios que brinda se basa en la empatía con los usuarios.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	12	3,4	3,4	3,4
De acuerdo	79	22,1	22,1	25,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	60	16,8	16,8	42,3
En desacuerdo	59	16,5	16,5	58,8
totalmente desacuerdo	147	41,2	41,2	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**La confianza que genera el MVCS mediante los servicios que brinda se basa en la empatía con los usuarios.**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 12:** La confianza que genera el MVCS mediante los servicios que brinda se basa en la empatía con los usuarios.

En general con los datos obtenidos en la encuesta realizada indica que el 3,4% de la población está Totalmente de acuerdo con que la confianza que genera el MVCS mediante los servicios que brinda se basa en la empatía con los usuarios, además el 22,1% dice que están De acuerdo, el 16,8% de la población esta Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 16,5% está En desacuerdo y finalmente el 41,2% de la población dice estar Totalmente en desacuerdo.

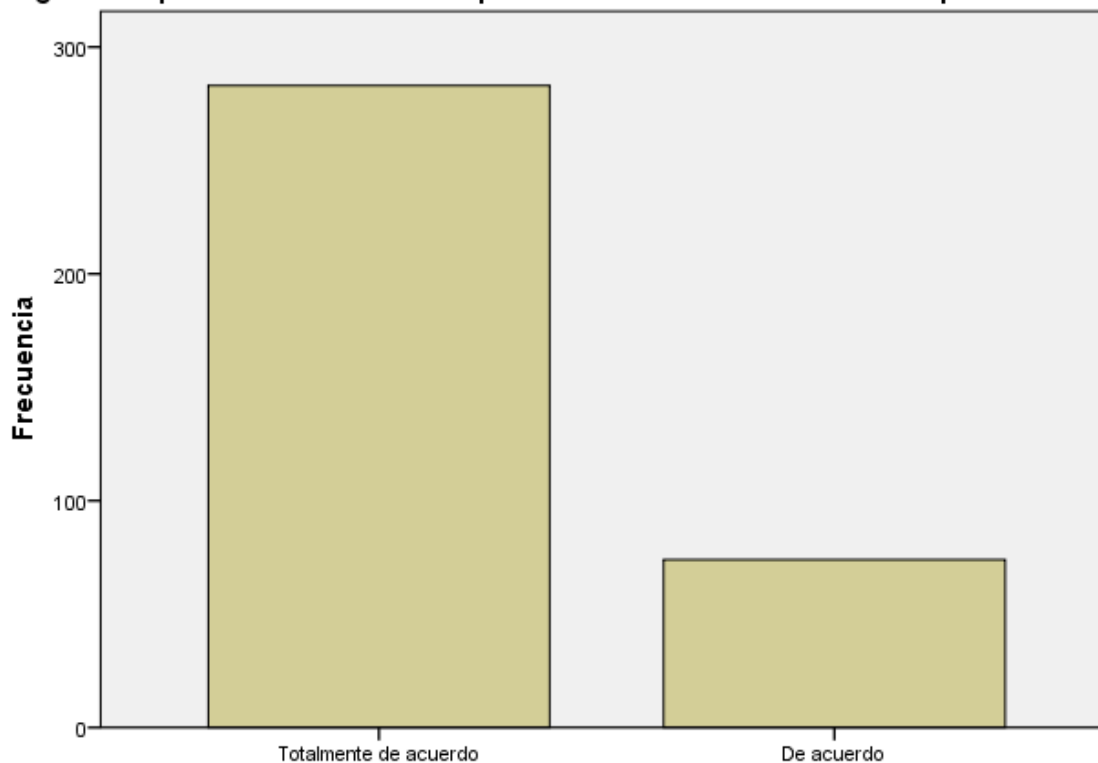
Tabla No 13

**¿Siente que la duración del tiempo en la atención al usuario es importante?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	283	79,3	79,3	79,3
De acuerdo	74	20,7	20,7	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Siente que la duración del tiempo en la atención al usuario es importante?**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 13:** *¿Siente que la duración del tiempo en la atención al usuario es importante?*

El 79,3% de la población está Totalmente de acuerdo que la duración del tiempo en la atención al usuario es importante, sin embargo, el 20,7% de la población está De acuerdo.



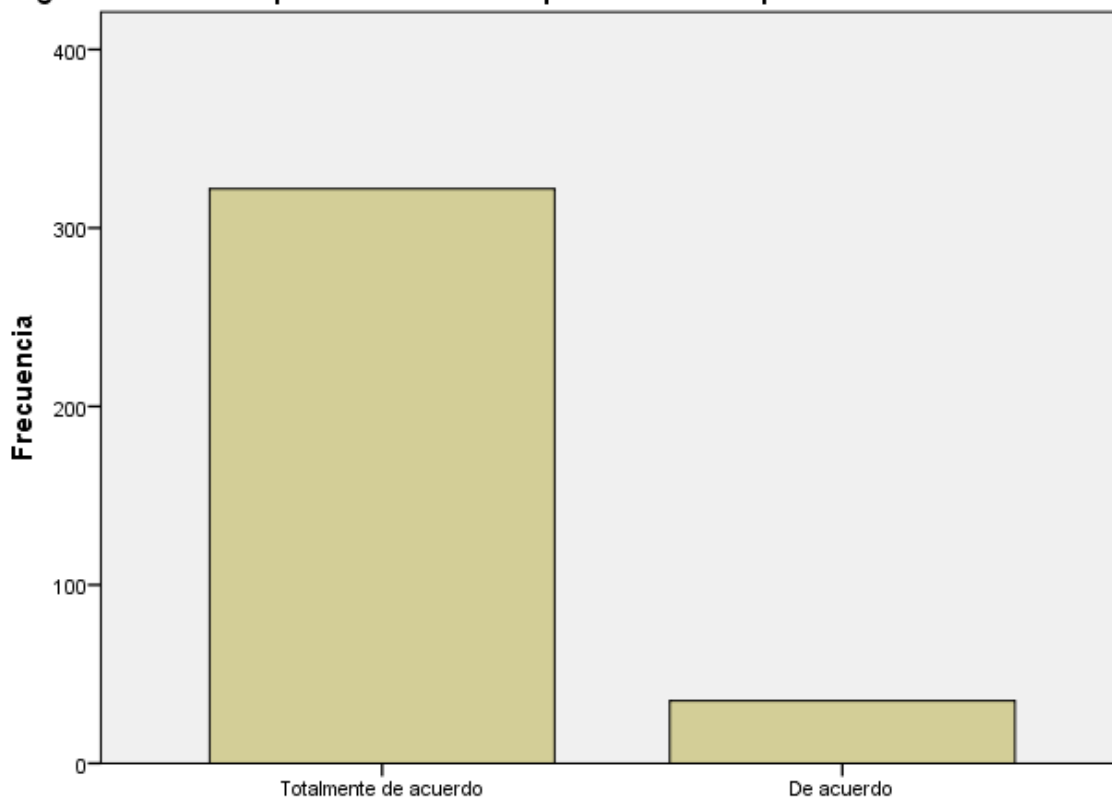
Tabla No 14

**¿Considera Ud. que la eficacia es importante en los procesos de atención?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	322	90,2	90,2	90,2
De acuerdo	35	9,8	9,8	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Considera Ud. que la eficacia es importante en los procesos de atención?**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 14:** *¿Considera Ud. que la eficacia es importante en los procesos de atención?*

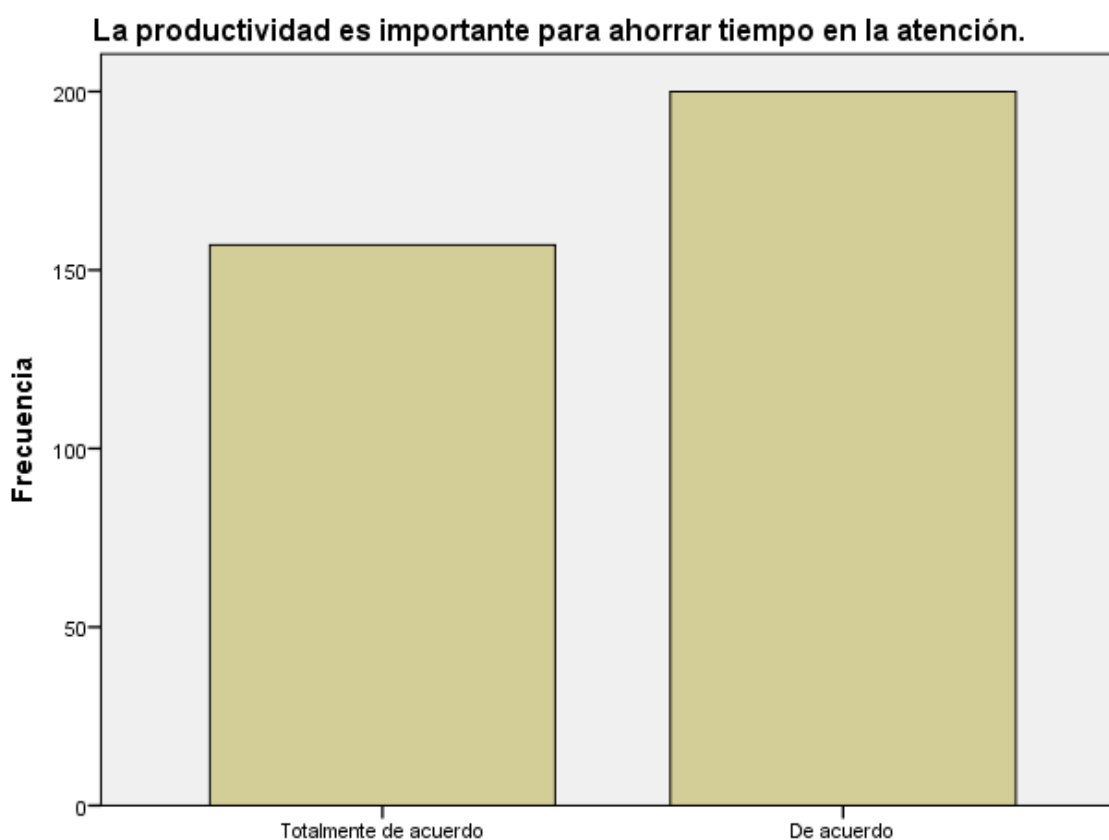
Acorde a los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población indican que el 90,2% está Totalmente de acuerdo que la Eficacia es importante en los procesos de atención, sin embargo, el 9,8% de la población está De acuerdo.

Tabla No 15

**La productividad es importante para ahorrar tiempo en la atención.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	157	44,0	44,0	44,0
De acuerdo	200	56,0	56,0	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 15: La productividad es importante para ahorrar tiempo en la atención.**

Según los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población indica que el 44,0% está Totalmente de acuerdo en que la productividad es importante para ahorrar tiempo en la atención, sin embargo, el 56,0% está de acuerdo.

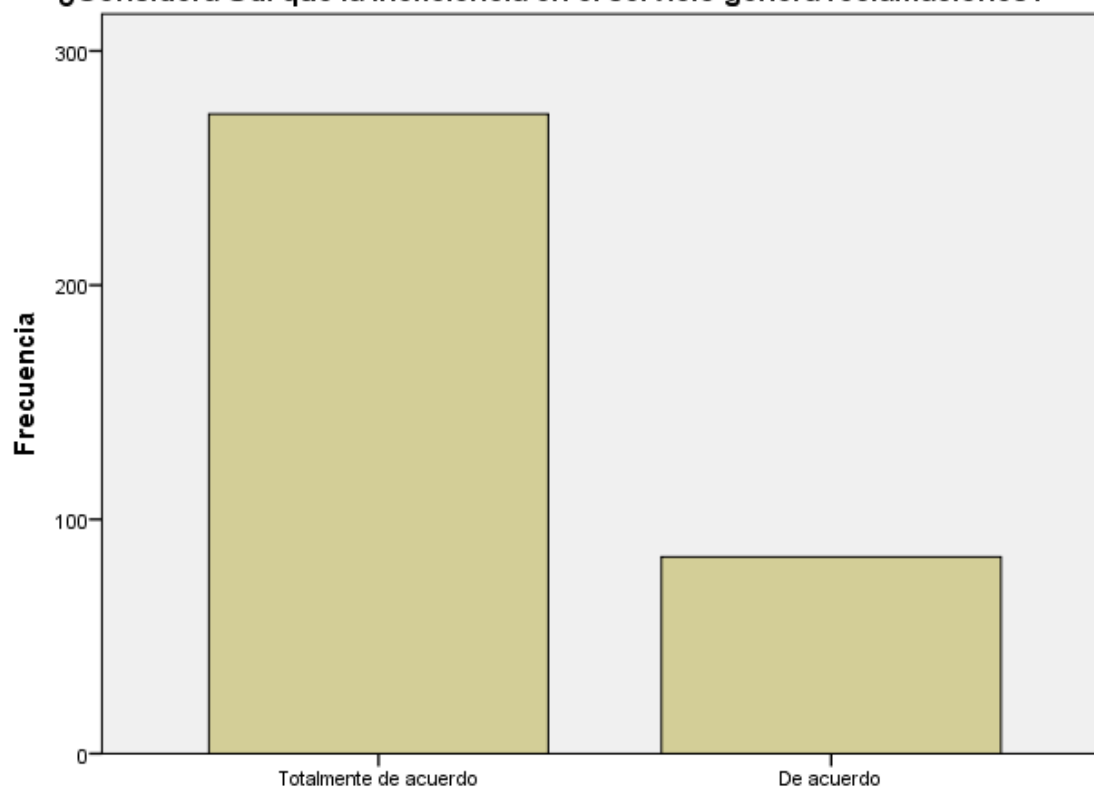
Tabla No 16

**¿Considera Ud. que la ineficiencia en el servicio genera reclamaciones?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	273	76,5	76,5	76,5
	De acuerdo	84	23,5	23,5	100,0
	Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Considera Ud. que la ineficiencia en el servicio genera reclamaciones?**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 16:** ¿Considera Ud. que la ineficiencia en el servicio genera reclamaciones?

Los 357 encuestados de la muestra de la población manifiesta que el 76,5 de la población está Totalmente de acuerdo que la ineficiencia en el servicio genera reclamaciones, y el 23,5% de la población dice estar De acuerdo.

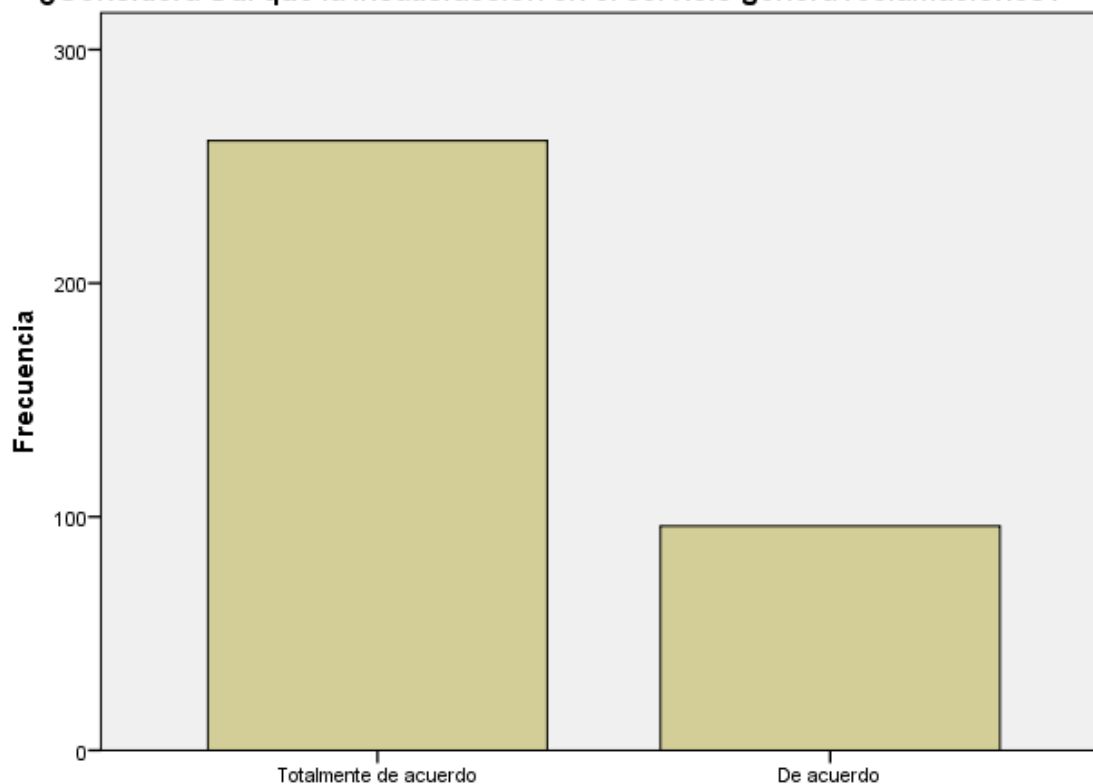
Tabla No 17

**¿Considera Ud. que la insatisfacción en el servicio genera reclamaciones?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	261	73,1	73,1	73,1
De acuerdo	96	26,9	26,9	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Considera Ud. que la insatisfacción en el servicio genera reclamaciones?**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 17:** ¿Considera Ud. que la insatisfacción en el servicio genera reclamaciones?

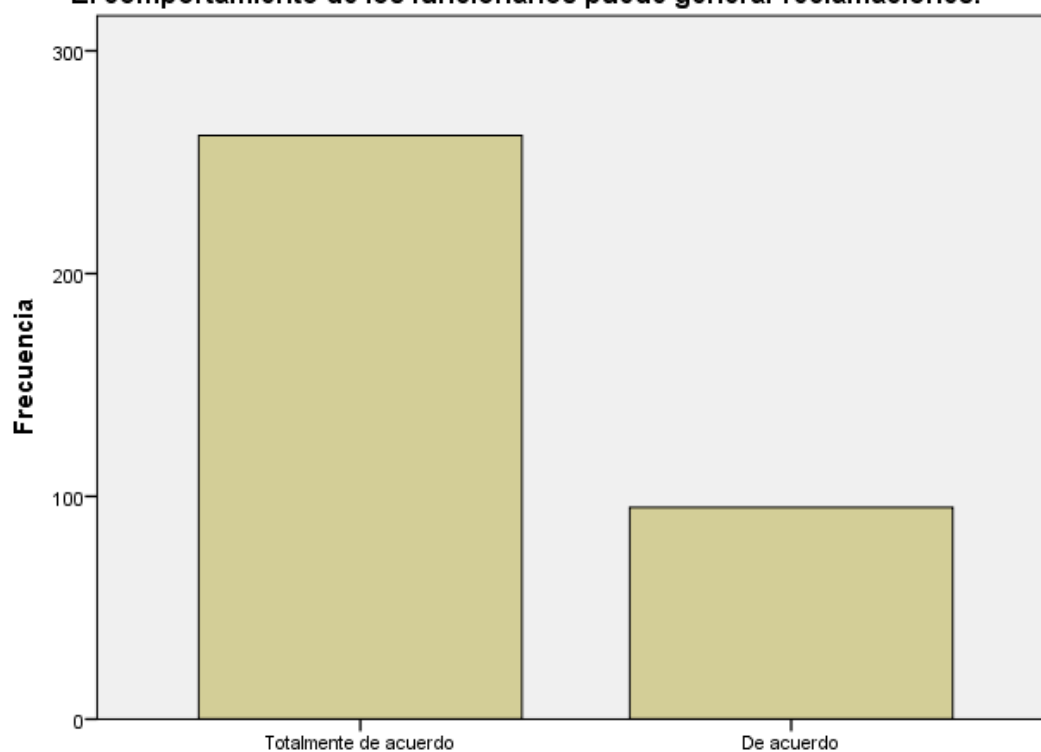
El 73,1% de la población manifiesta estar Totalmente de acuerdo con que la insatisfacción en el servicio genera reclamaciones, pero además el 26,9% de la población indica estar De acuerdo.

Tabla No 18

**El comportamiento de los funcionarios puede generar reclamaciones.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	262	73,4	73,4	73,4
De acuerdo	95	26,6	26,6	100,0
Total	357	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**El comportamiento de los funcionarios puede generar reclamaciones.****El comportamiento de los funcionarios puede generar reclamaciones.**

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 18:** *El comportamiento de los funcionarios puede generar reclamaciones.*

Acorde con los datos estadísticos de la encuesta realizada a la población dice que el 73,4% está Totalmente de acuerdo que el comportamiento de los funcionarios puede generar reclamación, y la otra parte de la población el 26,6% manifiesta estar De acuerdo.

Prueba de hipótesis específica “A”:

**Tabla 19**

**Dimension1 (agrupado)\*Dimension2 (agrupado) tabulación cruzada**

Recuento

		Dimension2 (agrupado)		Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	
Dimension1 (agrupado)	Totalmente de acuerdo	98	85	183
	De acuerdo	63	71	134
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	9	40
Total		192	165	357

Fuente: Elaboración propia

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	11,525 <sup>a</sup>	2	,003
Razón de verosimilitud	12,157	2	,002
Asociación lineal por lineal	2,376	1	,123
N de casos válidos	357		

Fuente: Elaboración propia

Como se puede visualizar en la tabla de Pruebas de Chi-cuadrado, la probabilidad es igual a 0,003.

Bajo la regla de decisión planteada para el test Chi cuadrado, la probabilidad es menor al 0.05, de tal modo, se confirma la hipótesis alterna del test, es decir que fiabilidad y satisfacción del usuario son dependientes estadísticamente entre sí.

Dado el resultado anterior, ahora procedemos a dar respuesta al planteamiento de las Hipótesis Específica de investigación, donde debemos aceptar aquella hipótesis en la cual exista dependencia o influencia entre sus variables. De tal modo, afirmamos la Hipótesis Nula, se indica que la relación que tiene la fiabilidad con la calidad del servicio incide efectivamente en la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

<b>Hipótesis Aceptada en la Prueba Chi Cuadrada</b>	<b>Hipótesis Aceptada en la Prueba de Hipótesis del Trabajo de Investigación</b>
<b>H1:</b> Las variables X e Y son dependientes	<b>H0:</b> La relación positiva que tiene la fiabilidad con la calidad del servicio para lograr la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Fuente: Elaboración propia

Prueba de hipótesis específica “B”.

**Tabla 20**

**Dimension3 (agrupado)\*Dimension4 (agrupado) tabulación cruzada**

Recuento

		Dimension4 (agrupado)		Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	
Dimension3 (agrupado)	Totalmente de acuerdo	1	3	4
	De acuerdo	4	22	26
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	119	73	192
	En desacuerdo	22	45	67
	totalmente desacuerdo	46	22	68
Total		192	165	357

Fuente: Elaboración propia

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	39,030 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	40,564	4	,000
Asociación lineal por lineal	3,902	1	,048
N de casos válidos	357		

Fuente: Elaboración propia

Como se puede visualizar en la tabla de Pruebas de Chi-cuadrado, la probabilidad es igual a 0,000.



Bajo la regla de decisión planteada para el test Chi cuadrado, la probabilidad es menor al 0.05, además, se afirma la hipótesis alterna del test, es decir el indicador capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario son dependientes estadísticamente entre sí.

Dado el resultado anterior, ahora procedemos a dar respuesta al planteamiento de las Hipótesis Especifica de investigación, donde debemos aceptar aquella hipótesis en la cual exista dependencia o influencia entre sus variables. Por lo tanto, afirmamos la Hipótesis Nula, de tal modo, que la capacidad de respuesta influye positivamente en la calidad de servicio que presta el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

<b>Hipótesis Aceptada en la Prueba Chi Cuadrada</b>	<b>Hipótesis Aceptada en la Prueba de Hipótesis del Trabajo de Investigación</b>
<b>H1:</b> Las variables X e Y son dependientes	<b>Ho:</b> La capacidad de respuesta influye positivamente en la calidad del servicio que presta el Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento.

Fuente: Elaboración propia

Prueba de hipótesis específica “C”.

**Tabla 21**

**Dimension5 (agrupado)\*Dimension6 (agrupado) tabulación cruzada**

Recuento

		Dimension6 (agrupado)		Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	
Dimension5 (agrupado)	Totalmente de acuerdo	24	5	29
	De acuerdo	47	54	101
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	96	73	169
	En desacuerdo	25	33	58
Total		192	165	357

Fuente: Elaboración propia

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	15,212 <sup>a</sup>	3	,002
Razón de verosimilitud	16,229	3	,001
Asociación lineal por lineal	4,003	1	,045
N de casos válidos	357		

Fuente: Elaboración propia

Se puede visualizar en la tabla de Pruebas de Chi-cuadrado, la probabilidad es igual a 0,002.

Bajo la regla de decisión planteada para el test Chi cuadrado, la probabilidad es menor al 0.05, de tal modo, se confirma la hipótesis alterna del test, es decir el indicador

comunicación y la variable satisfacción del usuario son dependientes estadísticamente entre sí.

Dado el resultado anterior, ahora procedemos a dar respuesta al planteamiento de las Hipótesis Especifica de investigación, donde debemos aceptar aquella hipótesis en la cual exista dependencia o influencia entre sus variables. Por lo tanto, aceptamos la Hipótesis Nula, es decir, que se relaciona positivamente la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

<b>Hipótesis Aceptada en la Prueba Chi Cuadrada</b>	<b>Hipótesis Aceptada en la Prueba de Hipótesis del Trabajo de Investigación</b>
<b>H1:</b> Las variables X e Y son dependientes	<b>Ho:</b> En qué medida se relaciona positivamente la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 22****Dimension7 (agrupado)\*Dimension8 (agrupado) tabulación cruzada**

Recuento

		Dimension8 (agrupado)		Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	
Dimension7 (agrupado)	Totalmente de acuerdo	1	1	2
	De acuerdo	86	74	160
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	89	87	176
	En desacuerdo	16	3	19
Total		192	165	357

Fuente: Elaboración propia

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	7,820 <sup>a</sup>	3	,050
Razón de verosimilitud	8,645	3	,034
Asociación lineal por lineal	1,121	1	,290
N de casos válidos	357		

Fuente: Elaboración propia

Como se puede visualizar en la tabla de Pruebas de Chi-cuadrado, la probabilidad es igual a 0,050.

Bajo la regla de decisión planteada para el test Chi cuadrado, la probabilidad es menor al 0.05, de tal modo, se afirma la hipótesis alterna del test, es decir la variable calidad de servicio y satisfacción del usuario son dependientes estadísticamente entre sí.

Dado el resultado anterior, ahora procedemos a dar respuesta al planteamiento de las Hipótesis Específica de investigación, donde debemos aceptar aquella hipótesis en la cual exista dependencia o influencia entre sus variables. De tal modo, afirmamos la Hipótesis Nula, eso indica, que la calidad en el servicio incide de manera positiva en la satisfacción de los usuarios en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

<b>Hipótesis Aceptada en la Prueba Chi Cuadrada</b>	<b>Hipótesis Aceptada en la Prueba de Hipótesis del Trabajo de Investigación</b>
<b>H1:</b> Las variables X e Y son dependientes	<b>H0:</b> La calidad en el servicio influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

1. A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la hipótesis alternativa general que establece que existe relación de dependencia entre la calidad de los servicios y la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene (Torres, 2010) quien señala que la satisfacción del cliente es uno de los principales indicadores de calidad de un servicio, dada las características propias de este y la relación entre percepciones y expectativas, de manera que se genera una dependencia.

Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

2. A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la primera hipótesis alternativa general que establece que existe el indicador capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario son dependientes estadísticamente entre sí del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene (Denton, 1991) quien señala que a ningún usuario le agrada estar en la cola de espera, por esta razón la capacidad de respuesta es primordial a la hora de brindar un servicio, puesto que es parte de las expectativas de los usuarios y de esto depende también la satisfacción del mismo. La capacidad de responder a un requerimiento de manera oportuna genera satisfacción.

Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

3. A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la segunda hipótesis alternativa que establece que el indicador fiabilidad y la variable satisfacción del usuario son dependientes estadísticamente entre sí del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene (Vavra, 2002) quien señala que para obtener de los usuarios impresiones de fiabilidad, es necesario establecer algunos puntos de control, donde se pueda evidenciar la satisfacción, y como causa de esto, la fiabilidad que se pueda generar sobre los mismos, esto en consecuencia a la confianza que se genera luego de recibir algún servicio de calidad o de acuerdo a las expectativas generadas.

Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

4. A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la tercera hipótesis alternativa que establece que el indicador comunicación y la variable satisfacción del usuario son dependientes estadísticamente entre sí, del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene (Canel, 2019) quien señala que la comunicación genera expectativas, lo que una entidad del estado anuncia o ofrece, es exactamente lo que el usuario va a esperar o exigir, dependiendo de esto el estado de satisfacción de este.

Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

## CONCLUSIONES

1. Según la (HIPOTESIS GENERAL) La calidad en el servicio influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento lo cual involucra que la calidad de servicio se enlaza con la satisfacción de los usuarios, confirmación sustentada en los resultados estadísticos adquiridos, en que el resultado del chi cuadrado  $X^2$  la hipótesis general alternativa queda aceptada (Tabla N° 22)
2. Según la (HIPOTESIS ESPECIFICA 1), La capacidad de respuesta influye efectivamente en la calidad del servicio que presta el Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento lo cual involucra que la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios, confirmado sustentada en los resultados estadísticos obtenidos, donde según el resultado del chi cuadrado  $X^2$  la segunda hipótesis alternativa queda aceptada (Tabla N° 20)
3. Según la (HIPOTESIS ESPECIFICA 2), La relación positiva que tiene la fiabilidad con la calidad del servicio para lograr la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento lo cual involucra que la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios, afirmación sustentada en los resultados estadísticos obtenidos, donde según el resultado del chi cuadrado  $X^2$  la primera hipótesis alternativa queda aceptada (Tabla N° 19)
4. Según la (HIPOTESIS ESPECIFICA 3), En qué medida se relaciona positivamente la comunicación con la calidad del servicio para la satisfacción de los usuarios del Ministerio de Vivienda, construcción y saneamiento lo cual implica que la calidad de servicio se involucra con la satisfacción de los usuarios, afirmación que sustenta los



resultados estadísticos conseguidos, donde según el resultado del chi cuadrada  $X^2$  la tercera hipótesis alternativa queda aceptada (Tabla N° 21)

## RECOMENDACIONES

1. Fortalecer el servicio de atención a los usuarios por parte del personal y funcionarios del MVCS, realizando una retroalimentación continua mediante capacitaciones a fin de que se brinde una atención prolija y de esta manera lograr la satisfacción de los usuarios de los servicios públicos que brinda.
2. Efectuar una estimación trimestral referente a la capacidad de respuesta que se tuvo ante diversas solicitudes con relación a los servicios que brinda el MVCS, donde la satisfacción de los usuarios pueda ser medida y de esta manera plantear medidas correctivas para mejorar la atención.
3. Un elemento clave en la satisfacción de los usuarios es mostrarse como una entidad fiable, por esta razón se deberá implementar herramientas tecnológicas para mejorar los procesos establecidos, lo cual se aplicará para obtener como resultado el cumplimiento de las expectativas que puedan tener los usuarios con relación al servicio que le será brindado
4. Para que el MVCS pueda generar una comunicación efectiva con los usuarios y esto se vea reflejado en brindar servicios de calidad, se debe brindar información transparente en general, utilizando medios digitales para tener una mayor llegada a toda la población, tales como páginas web institucionales, redes sociales, aplicativos y demás medios donde la información pueda estar al alcance de todos.

### **Bibliografía**

- Aldana, y. o. (2011). *Administración por calidad*. Bogota, Colombia: Editorial Alfaomega.
- Alfaro, R., Leyton, S., Meza, A., & Sáenz, I. (2012). *TESIS, "Satisfacción laboral y su relación con algunas variables ocupacionales en tres municipalidades"*. Lima.
- Anderson, & Fornell. (1993). *Business Performance*.
- Blanquillo, A. (2017). *Calidad del programa nacional tambos del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento y la satisfacción del usuario de Saccsamarca – Huancavelica-2016*. Perú.
- Caráza, M. (2015). *Los estándares de calidad en la prestación de los servicios públicos y su incidencia en la responsabilidad de la administración*. Sevilla.
- Cuatrecasas, L. (2011). *ORGANIZACIÓN DE LAS PRODUCCION Y DIRECCION DE OPERACIONES*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Dorado, A. (2004). *Análisis de la satisfacción de los usuarios. Hacia un nuevo modelo de gestión basado en la calidad para los servicios deportivos municipales*. España .
- Eklöf, & Westlund. (1998). *Total quality management*.
- Gómez, M. (2012). *Evaluacion de la calidad de programas de servicios sociales*. Granada.
- Gonzales, C. (1994). *CALIDAD TOTAL*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Grosso, F. (2008). *Hiper Satisfacción del Cliente*. Mexico: Panorama.
- Gutierrez, H. (2010). *CALIDAD TOTAL Y PRODUCTIVIDAD*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Marketing Management*. Pearson.
- Lehmann, D. R., & Winer, R. S. (2007). *Administración del Producto*. Madrid: McGraw Hill

- León, C. (2017). *Evaluación del desempeño del sector público mecanismo para rendir cuentas y prestar servicios públicos con parámetros de calidad a los administrados*. España.
- Maldonado, A. (2015). *Cultura del servicio al cliente*. Honduras .
- Melara, M. (s.f.). Obtenido de <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>
- Norbert, E., Lester, R., & Mottley, H. (1989). *Control de Calidad y Beneficio Empresarial*. Madrid: Ediciones Diaz Santos S.A.
- Oliver, R. L. (1993). *Cognitive affective and attribute bases of the satisfaction response*.
- Pastor, o. (2014). *Evaluacion de la satisfaccion de los servicios de agua y saneamiento urbano en el Perú: De la imposicion de la oferta a escuchar demanda*. . Perú.
- Patterson, P. G. (1993). *Expectations and product performance as determinants of satisfaction for a high- involvement purchase*.
- Peña, M. (2018). *Gestión administrativa y calidad del servicio del usuario en la Municipalidad distrital de San Marcos, Huari. Ancash*. Perú.
- Render, B., & Jay, H. (2007). *Administracion de la produccion*. Mexico: Pearson.
- Rodriguez, A. (2016). *Influencia de la calidad del servicio en la satisfaccion del usuario de la Municipalidad distrital de el Porvenir*. Perú.
- Roncal, M. (2017). *Calidad de prestación de servicios y su influencia en la satisfacción de usuarios del Ministerio Público en el distrito de Trujillo, 2017*. Perú.
- Sanchez, M. (2016). *Percepción ciudadana y profesional sobre los servicios sociales municipales*. España .
- Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente* . Madrid: ESIC.
- Summer, D. (2006). *Administracion de la calidad*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Valls, W., Román, V., Chica, C., & Salgado, G. (2017). *La Calidad del Servicio via seguridad para alcanzar la competitividad*. Manta: Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí.

Vavra, T. G. (2000). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Madrid: FC.

Vértice, E. (2012). *La Calidad en el Servicio al Cliente*. Málaga: Vértice.

Walker, B. J. (2005). *Fundamentos del Marketing*. Mc Graw Hill.

Yi, Y. (1990). *A Critical Review of Consumer Satisfaction*. Valarie Zeithaml.

## ANEXOS

## ANEXO N° 01

## V1 Calidad del Servicio

N°	INDICADORES DEL ESTUDIO	ESCALA VALORATIVA				
<b>Capacidad de Respuesta</b>						
1	La información que pueda brindar el MVCS influye en la capacidad de respuesta de la población ante los desastres naturales.	1	2	3	4	5
2	¿Considera Ud. que el tiempo influye en la capacidad de respuesta que pueda tener el MVCS ante los desastres naturales?	1	2	3	4	5
3	¿Considera Ud. que la demanda de los servicios que brinda el MVCS influye en la capacidad de respuesta?	1	2	3	4	5
<b>Fiabilidad</b>						
4	¿Considera Ud. que el MVCS genera seguridad mediante los servicios que presta a los usuarios?	1	2	3	4	5
5	El MVCS brinda una atmósfera de confianza a los usuarios.	1	2	3	4	5
6	La objetividad en los servicios que presta el MVCS generan fiabilidad en los usuarios.	1	2	3	4	5
<b>Comunicación</b>						
7	¿Creé Ud. que el MVCS brinda información completa durante la comunicación con los usuarios?	1	2	3	4	5
8	¿Considera Ud. que la transparencia es importante en la comunicación con los usuarios?	1	2	3	4	5
9	¿Considera Ud. que el MVCS brinda una comunicación eficiente?					

## ESCALA VALORATIVA

RANGO	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo
ESCALA	1	2	3	4	5

## ANEXO N° 02

## V2 Satisfacción de los usuarios

N°	INDICADORES DEL ESTUDIO	ESCALA VALORATIVA				
<b><i>Fidelización</i></b>						
1	La innovación en los servicios que presta el MVCS van en relación a la empatía con los usuarios.	1	2	3	4	5
2	La equidad en los servicios que presta el MVCS genera empatía con los usuarios.	1	2	3	4	5
3	La confianza que genera el MVCS mediante los servicios que brinda se basa en la empatía con los usuarios.	1	2	3	4	5
<b><i>Tiempo</i></b>						
4	¿Siente que la duración del tiempo en la atención al usuario es importante?	1	2	3	4	5
5	¿Considera Ud. que la eficacia es importante en los procesos de atención?	1	2	3	4	5
6	La productividad es importante para ahorrar tiempo en la atención.	1	2	3	4	5
<b><i>Reclamaciones</i></b>						
7	¿Considera Ud. que la ineficiencia en el servicio genera reclamaciones?	1	2	3	4	5
8	¿Considera Ud. que la insatisfacción en el servicio genera reclamaciones?	1	2	3	4	5
9	El comportamiento de los funcionarios puede generar reclamaciones.	1	2	3	4	5

## ESCALA VALORATIVA

RANGO	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo
ESCALA	1	2	3	4	5