

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA**

**FACULTAD DE INGENIERIA**

**Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática**



---

**“Modelo de servicio para mejorar la atención de los clientes de la  
Municipalidad Distrital de Coishco”**

---

**Tesis para Optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas e  
Informática**

**Autor:**

**Bach. Morales Lucero, Percy Marlon**

**Asesor:**

**Dr. Sánchez Chávez, Juan Pablo**

**Nuevo Chimbote – Perú**

**2022**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA**  
**FACULTAD DE INGENIERIA**  
**Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática**

**“Modelo de servicio para mejorar la atención de los clientes de la  
Municipalidad Distrital de Coishco”**

**Tesis para Optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas e  
Informática**

**Revisado y Aprobado por el Asesor:**



---

**Dr. Sánchez Chávez, Juan Pablo**

**DNI 17808722**

**Código Orcid 0000-0002-35217037**

# UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

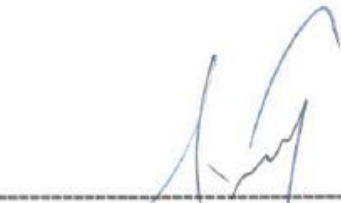
## FACULTAD DE INGENIERIA

### Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática

“Modelo de servicio para mejorar la atención de los clientes de la  
Municipalidad Distrital de Coishco”

Tesis para Optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas e  
Informática

Revisado y Aprobado por el Jurado Evaluador:



---

**Dr. Días Tello, Sixto**  
DNI. 17861295  
Código Orcid: 0000-0003-3595-9441  
Presidente



---

**Dr. Sánchez Chávez, Juan Pablo**  
DNI. 17808722  
Código Orcid: 0000-0002-3521-7037  
Secretario



---

**Ms. Borja Reyna, Whiston Kendrick**  
DNI. 44939310  
Código Orcid: 0000-0002-5966-3859  
Integrante

## ACTA DE EVALUACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

En el Campus Universitario de la Universidad Nacional del Santa, siendo las 12:00 pm. del día jueves 14 de diciembre de 2022, en el Aula S2 del Pabellón nuevo de la EPISI, en atención a la Resolución Decanal N° 797-2022-UNS-FI de Declaración de Expedito de fecha 12.12.2022; se llevó a cabo la instalación del jurado Evaluador, designado mediante Resolución N° 567- 2022 -UNS- CFI de fecha 25.11.2022, integrado por el **DR. SIXTO DIAZ TELLO (Presidente)**, **DR. JUAN PABLO SÁNCHEZ CHÁVEZ (Secretario)**, **MS. WHISTON KENDRICK BORJA REYNA (Integrante)**, para dar inicio a la sustentación del Informe Final de Tesis, cuyo título es: **“MODELO DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCION DE LOS CLIENTES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO”** perteneciente al bachiller: **PERCY MARLON MORALES LUCERO** con código de matrícula N° **0199514007**, y que tienen como **ASESOR** al **Dr. Juan Pablo Sánchez Chávez**, según T/R.D. N° 469 -2022- UNS -FI de fecha 18.08.2022.

Terminada la sustentación, el tesista respondió a las preguntas formuladas por los miembros del Jurado Evaluador y el público presente.

El Jurado después de deliberar sobre aspectos relacionados con el trabajo, contenido y sustentación del mismo y con las sugerencias pertinentes y en concordancia con el artículo 71° y 111° del Reglamento General de Grados y Títulos, vigente de la Universidad Nacional del Santa (T/Res. N° 580-2022-CU-R-UNS DEL 22.08.2022); considera la siguiente nota final de Evaluación:

<b>BACHILLER</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>CONDICIÓN</b>
<b>PERCY MARLON MORALES LUCERO</b>	<b>18</b>	<b>BUENO</b>

Siendo la 14: 00 pm. se dio por terminado el Acto de Sustentación y en señal de conformidad, firma el Jurado la presente Acta.

Nuevo Chimbote, 14 de diciembre de 2022

  
**DR. SIXTO DIAZ TELLO**  
**PRESIDENTE**

  
**DR. JUAN PABLO SÁNCHEZ CHAVEZ**  
**SECRETARIO**

  
**MS. WHISTON KENDRICK BORJA REYNA**  
**INTEGRANTE**

## ***DEDICATORIA***

*A mis queridos y amados Padres, por su gran amor, su comprensión y su apoyo constante lo que me ha permitido seguir siempre adelante y lograr el propósito de mi superación personal y profesional.*

***Percy Marlon Morales Lucero***

## **AGRADECIMIENTO**

*En primer lugar, mi especial y sincero agradecimiento a todos los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Coishco, que de una u otra manera han estado comprometidos desde el inicio con este trabajo de investigación, sin ello no habría sido posible desarrollar y culminar con éxito esta tesis.*

*En segundo lugar, a mi Asesor Dr. Juan Pablo Sánchez Chávez, por su orientación y constantes e importantes sugerencias para mejorar y seguir adelante con este estudio.*

*Y, en tercer lugar, a mis compañeros de promoción, amigos y familiares que de alguna manera me incentivaron y motivaron para seguir adelante con el desarrollo de este trabajo de investigación.*

*Atentamente;*

*Percy Marlon Morales Lucero*

# ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
Hoja de Aprobación del Asesor	ii
Hoja de Aprobación del Jurado Evaluador	iii
Acta de Sustentación de la Tesis	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice	vii
Lista de Tablas	ix
Lista de Figuras	ix
Lista de Gráficos	ix
Resumen	xi
Abstract	xii
Presentación	xiii
Introducción	14
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	<b>14</b>
1.1. Generalidades de las Municipalidades	15
1.2 Finalidad de la Municipalidad Distrital de Coishco	16
1.3 Visión de la Organización Municipal	17
1.4 Misión de la Organización Municipal	17
1.5 Valores Institucionales de la Municipalidad Distrital de Coishco	17
1.6 Objetivos de la Institución Municipal	20
1.7 Realidad Problemática	20
1.8 Formulación del Problema	24
1.9 Objetivo General y Objetivos Específicos	24
1.10 Hipótesis	25
1.11 Operacionalización de Variables	25

<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	27
2.1 Antecedentes de la Investigación	28
2.2 Bases Teóricas	32
2.2.1 Modelo	32
2.2.2 Calidad	33
2.2.3 Calidad de Servicio	34
2.2.4 Satisfacción del cliente	36
2.2.5 Escalas de medición de la calidad de servicio	36
2.2.6 Modelos de medición de la calidad de servicio	45
2.2.7 Servicio al cliente y su caracterización	51
2.2.8 Características de los servicios	53
<b>CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS</b>	56
3.1 Diseño de Contrastación de la Hipótesis	57
3.2 Población	57
3.3 Muestra	58
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	58
3.4.1 Técnicas	58
3.4.2 Instrumentos	59
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	60
4.1 Introducción	61
4.2 Estructura y Desarrollo del Modelo de Servicio Propuesto	63
4.3 Evaluación de los Resultados de la Situación Inicial (Pretest)	69
4.3.1 Análisis Descriptivo de la Situación Inicial	69
4.4 Implementación del Modelo de Servicio Propuesto	76
4.5 Evaluación de la situación Final (Postest)	76
4.5.1 Análisis Descriptivo de la Situación Final (Postest)	77
4.6 Contrastación de la Hipótesis	96
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	98
5.1. Conclusiones	99
5.2 Recomendaciones	101



**CAPÍTULO VI: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS** 102

**ANEXOS**

Anexo: A Encuesta del Pretest	108
Anexo: B Encuesta del Postest	110
Anexo: C Capacitación	112

**LISTA DE TABLAS**

Tabla 01 Dimensiones del Modelo de Servicio Propuesto	63
Tabla 02 Percepción de la Atención en la Municipalidad	65
Tabla 03 Expectativas de la Atención de los Clientes	66
Tabla 04 Servicio del Modelo Propuesto	67
Tabla 05 Mejora de la Atención de los Clientes	67
Tabla 06 Plan de Capacitación	113

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 01 Municipalidad Distrital de Coishco	16
--	----

**LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 01 Modelo ServQual - Zeithoml y Parasuraman (2004, p. 16).	41
Gráfico 02 Modelo Nórdico	46
Gráfico 03 Modelo de Servicio	68

**Medición del Pretest**

Gráfico 04 El empleado resuelve mis necesidades	70
Gráfico 05 El empleado demuestra interés por conocer mis necesidades	70
Gráfico 06 El empleado se da tiempo suficiente para atenderme	71
Gráfico 07 La Amabilidad de atención fue adecuada	72
Gráfico 08 El empleado de ventanilla me genera confianza	72
Gráfico 09 El servicio solicitado es ágil	73
Gráfico 10 La Cantidad de documentos es adecuado	74
Gráfico 11 El servicio brindado es el que Yo esperaba	74
Gráfico 12 La experiencia de venir a esta municipalidad es grata	75

## **Medición del Postest**

Gráfico 13	La Municipalidad cuenta con equipos modernos	77
Gráfico 14	Las Instalaciones son físicamente atractivas	78
Gráfico 15	Los Empleados tienen apariencia impecable	79
Gráfico 16	Los Materiales a simple vista son llamativos	79
Gráfico 17	Tiene personal suficiente para una buena atención	80
Gráfico 18	Cuando el personal promete un servicio la cumple en el tiempo	81
Gráfico 19	Cuando tiene inconveniente muestra interés por resolverlo	81
Gráfico 20	Realizo un buen servicio la primera vez que fui atendido	82
Gráfico 21	Los empleados informan en que tiempo lo atenderán	83
Gráfico 22	Los empleados atienden en forma puntual	83
Gráfico 23	Los empleados están dispuestos a ayudar a los clientes	84
Gráfico 24	Los empleados siempre están dispuestos a responder preguntas	84
Gráfico 25	El comportamiento de los empleados trasmite confianza	85
Gráfico 26	Se siente seguro al realizar sus trámites	85
Gráfico 27	Los empleados son amables y educados	86
Gráfico 28	Los empleados tienen el conocimiento necesario	86
Gráfico 29	La Municipalidad le brinda una atención personalizada	87
Gráfico 30	La Municipalidad tiene horarios flexibles	87
Gráfico 31	Tiene empleados que están atentos a sus necesidades	88
Gráfico 32	Se preocupa por los mejores intereses de sus clientes	88
Gráfico 33	El personal que atiende en ventanilla es altamente calificado	89
Gráfico 34	El cliente está informado respecto al servicio que va a solicitar	90
Gráfico 35	El empleado resuelve mis necesidades	90
Gráfico 36	El empleado demuestra interés por conocer mis necesidades	91
Gráfico 37	El empleado se da tiempo suficiente para atenderme	92
Gráfico 38	La amabilidad con que se me atendió fue la adecuada	92
Gráfico 39	El empleado de ventanilla me genera confianza	93
Gráfico 40	El servicio solicitado es ágil	94
Gráfico 41	La cantidad de documentos solicitados es adecuado	94
Gráfico 42	El servicio brindado fue el que Yo esperaba	95
Gráfico 43	La experiencia de venir a esta Municipalidad es grata	96

## **RESUMEN**

El presente informe de tesis, tiene como objetivo, la propuesta de un Modelo de Servicio que tienda a lograr una mejora de la atención de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco, esta mejora se evidencia en la aplicación de un cuestionario a través de una encuesta en el posttest, el cuestionario se dirigió a las unidades de análisis de la muestra para evidenciar mayor satisfacción de los clientes y lograr un mejor clima laboral de los empleados que atienden en ventanilla, lográndose de esta manera dar solución a las deficiencias encontradas en el diagnóstico de la realidad problemática, para ello, se ha identificado los indicadores correspondientes a la variable dependiente, las conclusiones más importantes son, se ha cumplido el objetivo general, se logró determinar las dimensiones y componentes del modelo de servicio, y a través del instrumento utilizado en la encuesta en el posttest se confirma la hipótesis de este presente estudio.

**Palabras Claves: Modelo de Servicio, Atención de Clientes**

## **ABSTRACT**

The objective of this thesis report is the proposal of a Service Model that tends to achieve an improvement in the attention of the clients of the District Municipality of Coishco, this improvement is evidenced in the application of a questionnaire through a In the post-test survey, the questionnaire was addressed to the analysis units of the sample to demonstrate greater customer satisfaction and achieve a better working environment for the employees who attend the window, thus achieving a solution to the deficiencies found in the diagnosis of the problematic reality, for this, the indicators corresponding to the dependent variable have been identified, the most important conclusions are, the general objective has been fulfilled, it was possible to determine the dimensions and components of the service model, and through the instrument used The post-test survey confirms the hypothesis of this present study.

**Key Words: Service Model, Customer Service**

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado Evaluador: deferencia

En cumplimiento al Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional del Santa, pongo a vuestra atención el informe final de mi tesis intitulada: **“MODELO DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO”**, requisito para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas e Informática.

Este trabajo de investigación realizado, ha sido producto del esfuerzo, dedicación y aplicación de los conocimientos logrados a través de nuestra formación profesional, lo cual refleja el carácter empeñado de la capacidad e iniciativa que, por la investigación vienen logrando cada uno de sus egresados, y que han sido inculcados por nuestros docentes de esta casa superior de estudios.

Por lo expuesto anteriormente, a ustedes señores miembros del jurado evaluador, y teniendo en cuenta las limitaciones propias del presente estudio, se presenta este informe, dejando a vuestro criterio y consideración, su revisión con el deseo y propósito de que cumpla con los requisitos mínimos para su correspondiente aprobación.

Atentamente,

El Autor

# **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

# **I. INTRODUCCIÓN.**

## **1.1 Generalidades de las Municipalidades**

Actualmente, las municipalidades como toda organización se desenvuelven en un entorno altamente complejo, producto de la creciente velocidad de cambio, lo cual conlleva a que, estas instituciones deben ser más competitivas con el propósito de respuestas a los cambios tanto del entorno como de su clientes; por lo tanto, considerando esta situación, las instituciones del sector público y de manera especial las municipalidades, deben dar respuestas asertivas, eficientes y eficaces a las necesidades y expectativas de su comunidad con la cual interactúan día a día y así brindar un mejor servicio de atención de calidad en cumplimiento de su misión.

El logro de la competitividad institucional, se fundamenta en una asertiva gestión de su capital humano como factor clave de éxito, ya que permite potenciar las habilidades y destrezas de los trabajadores para ejecutar sus actividades con fiabilidad, con capacidad de respuesta, con seguridad, con empatía, con profesionalismo y con una comunicación acertada con sus clientes, componentes que permiten establecer y gestionar un modelo de servicio para mejorar la atención de los clientes.

El presente estudio se ha llevado a cabo en la Municipalidad Distrital de Coishco, la cual está ubicada en el Departamento de Ancash, Provincia Del Santa en el Distrito de Coishco.



Figura N° 01: Municipalidad del Distrito de Coishco  
Fuente: Portal de Transparencia de la Municipalidad Distrital de Coishco

La Municipalidad Distrital de Coishco, con jurisdicción en el distrito y con sede en el centro poblado capital del distrito, según sus fines y principios su principal actividad está en relación directa a las actividades administrativas públicas en General; para lo cual, el consejo municipal en su calidad de máximo organismo, debe orientar y conducir la gestión tanto administrativa como financiera en su conjunto, asimismo, conduce la prestación de los servicios públicos locales, y la realización de las correspondientes inversiones municipales en beneficio de la sociedad de Coishco.

## **1.2 Finalidad de la Municipalidad Distrital de Coishco**

La finalidad central de la Municipalidad Distrital de Coishco, se ha disgregado en los siguientes fines:

- En primer lugar, elevar el nivel y mejorar la calidad de vida de la población de su jurisdicción a la que corresponde.
- En segundo lugar, representar al vecindario de su jurisdicción.



- En tercer lugar, promover la adecuada prestación de los servicios públicos locales correspondiente.
- En cuarto lugar, fomentar el bienestar de los vecinos, el desarrollo integral, sostenible y armónico de su localidad o de su jurisdicción.

### **1.3 Visión de la Organización Municipal**

La Municipalidad Distrital de Coishco brinda servicios públicos de calidad a sus pobladores mediante una gestión administrativa y económica moderna y eficiente, con un personal competitivo con vocación de servicio. Fortalece la participación ciudadana a través de sus diferentes espacios de concentración. Promueve el desarrollo urbano, económico, social y ambiental, generando oportunidades empresariales y de empleo.

### **1.4 Misión de la Organización Municipal**

Somos una institución promotora del desarrollo, con recursos humanos calificados. Buscamos alcanzar estándares óptimos de gestión en desarrollo urbano, económico, social, con mecanismos que promueven la participación de la población y en alianza con el sector público y privado. En el marco de los lineamientos del Plan de Desarrollo Concertado de Coishco al 2023, que permita mejorar la calidad de vida y alcanzar el desarrollo humano de los pobladores de Coishco.

### **1.5 Valores Institucionales de la Municipalidad Distrital de Coishco**

a. El Bien Común: Las autoridades, funcionarios y trabajadores de la municipalidad tienen como la más alta prioridad de sus acciones lograr el bienestar permanente de sus vecinos de la ciudad.

b. La Transparencia: Las autoridades, funcionarios y trabajadores de la municipalidad, realizan su acción utilizando las mejores prácticas y herramientas científicas de planificación, gestión y control; a fin de lograr un uso racional y transparente de los recursos municipales, obligándose a dar cuenta a la población del resultado de su gestión.

c. Democracia Participativa: Las autoridades, funcionarios y trabajadores de la municipalidad realizan una gestión democrática y participativa, en todos los niveles de la organización, integrando cada vez más a los miembros de la comunidad en la gestión municipal, como expresión de una cultura superior al servicio de la democracia local.

d. La Honestidad: Los miembros de la municipalidad realizan sus acciones con honestidad y coherencia entre sus pensamientos, palabras y acciones; generando legitimidad y confianza en relación con los vecinos de la ciudad.

e. Cooperación: La Municipalidad sustenta su accionar en la valiosa individualidad de sus autoridades, funcionarios y trabajadores, pero valora mucho más el esfuerzo cooperativo para el logro de los fines y objetivos del gobierno local.

f. Responsabilidad: Las autoridades, funcionarios y trabajadores de la Municipalidad Distrital de Coishco, tienen la autoridad necesaria para realizar su trabajo y cumplir sus funciones en beneficio de la comunidad, en concordancia con los valores de bien común y la gestión democrática y participativa, en tal sentido

cada uno debe responder por sus actos y asumir la responsabilidad que corresponde de acuerdo a sus funciones en la organización municipal.

g. Excelencia en el Trabajo: Las autoridades, funcionarios y trabajadores de la municipalidad promueven y desarrollan sus acciones con miras al logro de la excelencia en la ciudad en calidad y cantidad de trabajo al servicio de los vecinos de la ciudad.

h. Puntualidad: Actitud manifiesta en el respeto a los vecinos en la solución de los problemas locales dentro de los plazos establecidos.

i. Concertación: Capacidad institucional de consensuar las políticas, planes y programas del proceso de desarrollo local con todos los actores involucrados.

j. Compromiso: Actitud manifiesta mediante la cual la institución y sus trabajadores cumplen cabalmente con los objetivos institucionales y de gestión interna.

k. Solidaridad: Sentires parte del conjunto de actores de diverso tipo y orientación, que aportan de distinto modo a los fines y objetivos del desarrollo local.

l. Trabajo en Equipo: Contribuir permanentemente al esfuerzo colegiado de los recursos humanos que coadyuve efectivamente al logro de los objetivos Institucionales y del proceso de desarrollo local.

m. Reconocimiento: Es la valoración de la actitud de incorporar a su acervo institucional las diversas iniciativas, experiencias y propuestas que se han desarrollado y que se vienen impulsando en diferentes ámbitos por diferentes actores e instituciones públicas, privadas y sociales que son convergentes con los fines y valores del proceso de desarrollo local.

### **1.6 Objetivos de la Institución Municipal**

La Municipalidad Distrital de Coishco, tiene como objetivos, planificar y ejecutar a través de los órganos competentes, el conjunto de acciones que contribuyan a proporcionar al ciudadano, el ambiente adecuado para la satisfacción de sus necesidades vitales en aspectos de vivienda, salubridad, abastecimiento, educación, recreación y seguridad. Además, se busca con la institucionalización del Reglamento de Organización y Funciones, normar, establecer y legitimar la organización de la entidad en concordancia con los fines y objetivos establecidos por la ley. Otorgar legalidad a la gestión administrativa y al personal del servicio público. Atribuir a cada órgano las funciones, facultades, atribuciones y competencias, así como las relaciones de coordinación entre los órganos de la entidad.

### **1.7 Realidad Problemática**

En la actualidad, la realidad problemática por la que atraviesan todas las organizaciones del mundo, es la búsqueda continua de la satisfacción del cliente, tanto en entidades privadas como públicas mediante la mejora continua como un principio para desarrollar y brindar servicios de atención de calidad al cliente.

La Globalización ha traído la era del conocimiento, los avances tecnológicos, los cambios socioculturales, por todo esto, los nuevos patrones de comportamiento de la Sociedad Civil requieren de una institución municipal moderna, eficiente, productiva y sobre todo competitiva, para lograr brindar un servicio de atención de calidad que tienda a la satisfacción de sus clientes.

A partir de los años 90 y hasta la fecha, la distinción entre producto y servicio desaparece. No hay diferencias entre el artículo y las etapas que lo preceden; todo forma parte de un nuevo concepto que entra en escena: la calidad, es decir, el proceso en su conjunto. Adicionalmente, la figura del cliente adquiere mayor protagonismo que en la etapa anterior y su relación con el artículo, que ahora llega incluso a etapas de posventa, se convierte en el principal indicador de calidad. Los sistemas se perfeccionan y se adaptan (Blog Calidad y Excelencia, 2016).

Actualmente, las municipalidades se encuentran enfrentadas a un gran reto, es decir, el reto de su mejora continua con el propósito de dar un servicio con más calidad a los destinatarios de sus servicios. La mejora de la calidad de las organizaciones públicas influye también en la sociedad a la que sirve, porque modernizar la administración pública contribuye a la mejora de las condiciones de vida de los ciudadanos a los que sirve y al progreso social y económico de su comunidad en su conjunto.

Los principales problemas de las municipalidades, son la falta de comprensión de su problema por parte del personal de atención, lentitud en resolver trámites del cliente o usuario, descoordinación entre oficinas dentro de las municipalidades,

falta de amabilidad del personal de atención, excesivos trámites o muchos requisitos exigidos, información insuficiente o poco clara por parte del personal de atención y dificultad para comunicarse telefónicamente o vía internet con el personal de atención.

Actualmente, el método de trabajo de la Municipalidad Distrital de Coishco no es eficiente; si consideramos lo siguiente, cuando los ciudadanos necesitan algún tipo de servicio en las diferentes áreas tales como: Rentas, Licencias, Registro Civil, entre otros; en el mejor de los casos se le atenderá rápidamente, pero en la mayoría de los casos se perderá un tiempo considerable para brindar el servicio solicitado, esto es porque no hay una adecuada sistematización y gestión del proceso de atención del servicio en cada una de estas áreas, situaciones que genera malestar e insatisfacción en los usuarios del distrito de Coishco.

En este contexto, la utilización de un modelo de servicio que permita la sistematización del proceso de atención de todos los involucrados en las áreas estratégicas de esta institución, teniendo en cuenta, su representación, seguimiento evaluación y control de los servicios de la Municipalidad Distrital de Coishco, es esencial para mejorar la toma de decisiones y para el logro de sus objetivos; por lo que, según el diagnóstico sobre las competencias de los trabajadores en sus áreas de servicio específicas, traducidas como conocimiento, para brindar un servicio de mejora de la atención a los clientes, se propone un modelo que nos permite evaluar y gestionar de manera eficiente la calidad del servicio y lograr que esta institución sea más competitiva.

Otro punto débil en los gobiernos municipales, es el personal profesional, ya que es muy reducido y en ocasiones no se cuenta con asesoramiento especializado, por lo que, muchas funciones no pueden cumplirse y, sobre todo, muchos servicios no pueden darse a la población de manera eficiente y oportuna, para lograr también esto, es necesario contar con un modelo de servicio que nos permita valorar según la percepción de cómo se da la calidad de servicio en esta institución y a través de ello contrastar el nivel de satisfacción de la atención en la que se encuentra la municipalidad distrital de Coishco.

Según el diagnóstico realizado en las distintas áreas de atención a los clientes, las deducciones muestran que la institución no cuenta con un programa de capacitación de personal que permita corregir hacia una mejora del servicio, al evidenciarse una atención lenta cuando se da atención a un cliente, como tampoco no se cuenta con un protocolo para el servicio de atención, todo lo anteriormente dicho conlleva a una insatisfacción en la calidad de la atención a los clientes de la municipalidad distrital de Coishco. Considerando esta situación de la realidad problemática es necesario, implementar un modelo de servicio que tienda a mejorar la atención e incrementar la satisfacción y expectativas de los usuarios, y de esta manera superar la siguiente problemática:

- Deficiencias de políticas adecuadas para lograr dar un buen servicio de atención que tienda a identificar y satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes internos y externos y de la comunidad de Coishco.
- Deficiencias para mantener un liderazgo de atención en el sector municipal del distrito de Coishco.

- Poco involucramiento del consejo municipal en la aceptación de un nuevo procedimiento de trabajo con acción estratégica que pruebe que la mejora de la calidad de atención es un activo empresarial que tiende al logro y generación de ventajas competitivas en el sector municipal.
- La Municipalidad de Coishco no cuenta con un modelo de servicio, con la finalidad de medir la atención y su contribución en los resultados que sean objetivos para los usuarios de la municipalidad distrital de Coishco.

### **1.8 Formulación del Problema**

Frente a esta realidad problemática nos planteamos y describimos la **formulación del problema de investigación:**

“De qué manera la propuesta de un Modelo de Servicio Mejorará la Atención de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco”

### **1.9 Objetivo General y Objetivos Específicos**

Con el propósito de establecer este estudio en una investigación nos planteamos los siguientes objetivos:

#### **Objetivo General de la investigación:**

Desarrollar una propuesta de Modelo de Servicio para lograr Mejorar la Atención de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco.

#### **Objetivos Específicos de la Investigación:**

- Revisar bibliografía sobre el tema, modelos de Servicio y utilizar uno de ellos como guía al presente estudio.



- Determinar los componentes del Modelo de Servicio para su estructura y elaboración, en función a las expectativas del los usuarios del Distrito de Coishco.
- Establecer y describir la relación de cada componente del modelo de servicio con la Atención de los clientes.
- Establecer el proceso de evaluación del modelo de servicio.
- Establecer el proceso de evaluación de la atención en relación al cliente de la municipalidad distrital de Coishco.
- Establecer el impacto de su aplicación del modelo de servicio en la mejora de la atención de los clientes de la municipalidad distrital de Coishco.

Y, con el propósito de dar una tentativa de solución a este problema nos planteamos de investigación, nos planteamos la siguiente hipótesis de estudio:

#### **1.10 Hipótesis de Investigación:**

La propuesta de un Modelo de Servicio mejora la Atención de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco.

#### **1.11 Operacionalización de variables:**

Variable independiente: Modelo de Servicio

Indicadores:

1. Nivel de diseño del modelo propuesto
2. Aplicación del modelo

Variable dependiente: Atención de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco.

Indicadores:

1. Nivel de elementos tangibles de la atención de los clientes.

2. Nivel de fiabilidad en la atención de los clientes
3. Nivel de capacidad de respuesta a los clientes
4. Nivel de seguridad de la atención a los clientes
5. Nivel de Empatía en la atención del servicio a los clientes
6. Nivel de profesionalismo en el servicio de la atención a los clientes
7. Nivel de comunicación en el servicio de atención a los clientes

# **CAPÍTULO II:**

# **MARCO TEÓRICO**

## **II.MARCO TEÓRICO.**

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

**Moreno, V. (2021).** “Percepción de la Calidad de Servicio Público en la Municipalidad Distrital de Pacora” (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo, Perú.

La presente investigación se desarrolló en la Municipalidad Distrital de Pacora, tuvo como propósito, dar a conocer la situación problemática con respecto a la atención de usuarios de esta entidad y así mismo mejorar los servicios para un desarrollo a favor de la sociedad. El objetivo principal fue determinar la calidad del servicio público en la Municipalidad Distrital de Pacora en el año 2019. Este estudio tiene un enfoque cuantitativo y es de nivel descriptivo. Asimismo, se aplicó un cuestionario a 190 personas que recurrían a realizar trámites en la Municipalidad de Pacora con una edad mínima de 18 años. Se empleó el modelo de calidad de servicio municipal de Clemenza, Gotera y Araujo (2010) consta de 22 preguntas que se califican con escala Likert de 1 a 5 donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Se obtuvo como resultado, los usuarios consideran que el servicio brindado por parte de los colaboradores públicos es regular, ya que los resultados conseguidos demostraron que de las 5 dimensiones de esta investigación la que obtuvo mayor puntaje fue la dimensión de seguridad y responsabilidad, por lo tanto,

la dimensión que recibió la más baja calificación, la de elementos tangibles, seguida de Empatía y Confiabilidad, lo que indica que la mayoría de los usuarios no se sienten totalmente satisfechos con los servicios que brinda la Municipalidad Distrital de Pacora.

Palabras clave: Calidad, Servicio público, Pacora

**Ortiz, B. (2019).** Calidad de Servicio y Satisfacción y Satisfacción del Usuario en la Sub Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la Municipalidad Distrital de Santa María - 2017 (Tesis de Postgrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú.

La investigación realizada lleva por título calidad del servicio y satisfacción del usuario en la Sub Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la Municipalidad Distrital de Santa María – 2017. El objetivo de la presente investigación es demostrar si existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Sub Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la Municipalidad Distrital de Santa María – 2017.

El diseño de investigación corresponde a no experimental, transversal, correlacional. La muestra de estudio estuvo conformada por 230 usuarios de la Sub Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la Municipalidad Distrital de Santa María en el año 2017. Los instrumentos de

recolección de datos utilizados fueron: el cuestionario del modelo SERVQUAL sobre Calidad del servicio y el cuestionario sobre satisfacción del usuario.

Las conclusiones a las que se llegó con la investigación es que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Sub Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la Municipalidad Distrital de Santa María – 2017. Y el grado de correlación es positivo y alto (0.867). Por lo tanto, la calidad se mide en función de lo que el usuario espera recibir.

Palabras clave: Calidad del servicio y satisfacción del usuario

**Yomona, V. (2019).** Gestión de la Calidad y la Satisfacción del Contribuyente en la Municipalidad de Lima Metropolitana 2018 (Tesis de Pregrado). Universidad Peruana de las Américas, Lima, Perú.

El presente trabajo de investigación que tiene por título “Gestión de Calidad y la Satisfacción del Contribuyente en la Municipalidad de Lima Metropolitana 2018”, tiene como objetivo principal Evaluar la gestión de calidad y su influencia significativa en la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad de Lima Metropolitana, 2018. La metodología empleada en la presente investigación ha sido de nivel cuantitativo, descriptivo y correlacional, se trabajó con una muestra no probabilística de manera aleatoria de  $n = 67$

contribuyentes, a quienes se le aplicó una encuesta, llegando al siguiente resultado: que la gestión de calidad influye en el grado de satisfacción del usuario, en un 55% del total.

Las conclusiones a las que se llegaron fueron, en primera, se cumple con el objetivo general en donde la gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad de Lima Metropolitana en el año 2018, en segunda, se cumple con los resultados estadístico en la influencia de la Planeación en una eficiente satisfacción de los contribuyentes en la Municipalidad de Lima Metropolitana en el año 2018, en tercera, se cumplieron con los resultados estadístico la influencia del Control en una eficiente satisfacción de los contribuyentes en la Municipalidad de Lima Metropolitana en el año 2018, en cuarto y última, se cumple con los resultados estadísticos la influencia del Compromiso normativo en una eficiente satisfacción de los contribuyentes en la Municipalidad de Lima Metropolitana, 2018.

Palabras claves: Gestión de Calidad, Satisfacción, Contribuyente

**Saavedra, P. (2018).** “Propuesta de un Modelo de Calidad de Servicio para Mejorar la Calidad de la Atención en la Municipalidad Distrital de Moro” (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional del Santa, Nvo. Chimbote, Perú.

El presente informe de tesis, tiene como objetivo, la propuesta de un modelo de Calidad de Servicio para la Municipalidad Distrital de Moro, el que utilizando un conjunto reglas en función a sus indicadores nos ha permitido lograr una mejora de la calidad de la atención, cuyo resultado se ha obtenido mediante la aplicación de dicho modelo a través de un cuestionario dirigido a las unidades de análisis de la muestra para evidenciar mayor satisfacción de los usuarios o clientes y lograr un mejor clima laboral de los empleados que atienden en ventanilla, asimismo, tanto en los clientes internos como externos de esta institución, lográndose de esta manera dar solución a las deficiencias encontradas en el diagnóstico de la realidad problemática, para ello, se ha identificado los indicadores correspondientes a la variable dependiente y a través de su medición y evaluación lo que ha permitido demostrar la hipótesis del presente estudio.

Palabras Claves: Calidad de servicio, Calidad de la atención

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Modelo**

Según el diccionario de la Real Académica de la Lengua Española, Modelo es un esquema teórico generalmente de forma matemática de un sistema o realidad compleja que se elabora para facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento.



La palabra modelo se origina del concepto italiano de modello.

Este término puede utilizarse en diferentes espacios y con desiguales significados. Aplicado al campo de las ciencias sociales, un modelo hace referencia al prototipo que, por sus particularidades aptas y eficaces es adecuado a su emulación o reproducción. También se adapta y puede aprovecharse en un esquema teórico al hacer referencia a un sistema o a una realidad compleja (CASSINI, 2008).

### **2.2.2 Calidad**

En la actualidad el concepto y el vocabulario de la calidad si lo consideramos de manera subjetiva son cambiantes, pues cada persona, cliente o usuario lo definirá y percibirá de diferente manera según su criterio y cultura; entonces, pocos pueden entender a la calidad en un solo concepto, ya la calidad se mide y se define de acuerdo al servicio que se recibe; de acuerdo a esto el cliente o usuario creará su propio concepto; por lo tanto, subjetivamente, podemos decir que la calidad lo definirá el cliente o usuario de acuerdo a su juicio de entendimiento generado.

Para Juran (1995) la calidad se define como “Adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio y la medición del grado en que el producto

es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad)”).

Gutiérrez H. (1997) afirma que “La calidad es ante todo satisfacción del cliente. La satisfacción está ligada a las expectativas que el cliente tiene sobre el producto o servicio, expectativas generadas de acuerdo con las necesidades, los antecedentes, el precio, la publicidad, la tecnología, etcétera”. (p. 9).

Considerando la satisfacción del cliente según los aspectos subjetivos como las expectativas y la percepción entonces, la calidad no siempre lo podemos cuantificar o definir en términos objetivos, esto hace necesario que las empresas o Ala percepción del cliente o usuario respecto a su servicio o producto que brinda. Al respecto, Gutiérrez H. (1997) afirma que “La calidad es ante todo satisfacción del cliente. La satisfacción está ligada a las expectativas que el cliente tiene sobre el producto o servicio, expectativas generadas de acuerdo con las necesidades, los antecedentes, el precio, la publicidad, la tecnología, etcétera”. (p. 9).

### **2.2.3 Calidad de Servicio**

Respecto a la calidad de servicio se consideran las siguientes definiciones que determinan lo que se pretende analizar y evaluar en el presente estudio:

La calidad de servicio es la satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio dado o artículo fabricado y según cualquier criterio, si es que tiene alguna opinión que ofrecer, mostrará una distribución que va desde la insatisfacción extrema a la mayor complacencia de gran satisfacción. Deming (1989) citado por (Redhead, 2015, pág. 23).

La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa (Matsumoto, 2014, págs. 184-185).

La calidad de servicio en los círculos académicos se ha definido como:

El ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas. Es una medida de qué tan bien el nivel del servicio entregado encaja con las expectativas del consumidor (Lewis y Booms, 1983).

Depende de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido (Grönroos, 1994).

Agrega que la calidad percibida es el resultado de la sumatoria de la calidad técnica, dimensión del “qué” o

del resultado, lo que el consumidor recibe; y de la calidad funcional, dimensión del “cómo” relacionada con el proceso como el consumidor recibe el servicio. a su vez, la imagen de la empresa afecta las expectativas que el cliente genera sobre lo que espera del servicio (Grönroos, 1988, 1994).

Resultado de la comparación que el consumidor establece entre el servicio esperado con el servicio percibido (Parasuraman et al., 1985, p. 47).

Los juicios de satisfacción son el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado (Rust y Oliver, 1994).

#### **2.2.4 Satisfacción del Cliente o Usuario**

Un cliente o usuario es la persona o grupo de personas que tiene una necesidad de información y que utiliza o utilizará recursos o servicios de información para cubrirla, dicho así pareciera que es muy claro el objetivo de los profesionales de la información: planear, diseñar y proveer recursos y servicios de información (Hernández, 2011, pág. 349)

Satisfacer significa complacer un deseo, y por derivación satisfacción se entiende como la acción de satisfacer una necesidad o un deseo, el sentido de estos dos términos

determina que nuestra esencia u ontología es complacer las necesidades de nuestros usuarios (Hernández, 2011, pág. 350)

Satisfacción del cliente o usuario, “Es el nivel del estado de ánimo del usuario que resulta de comparar el rendimiento percibido del servicio que recibe con sus expectativas” (Gerson, 2006 citado por (Huamán, 2017)).

### **Dimensiones de la satisfacción del cliente o usuario.**

Se han tomado en cuenta las dimensiones propuestas por Huamán (2017) quien realizó una investigación en el año 2015 en una Municipalidad del Perú, en la provincia de Corongo y por lo tanto después de leer acerca de su propuesta, se ha determinado la semejanza que hay entre los espacios o contextos de investigación.

Esta investigadora planteó las siguientes dimensiones para medir la variable Satisfacción del cliente o usuario:

**Expectativa,** Las expectativas son las creencias sobre la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa. Es lo que espera el cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio.

El nivel de expectativa puede variar con amplitud, dependiendo del punto de referencia que tenga el cliente. Además, las expectativas son dinámicas y pueden cambiar con rapidez en el mercado altamente competitivo y volátil (Matsumoto, 2014, pág. 185).

**Percepción,** la percepción es cómo valoran las personas los servicios. Es decir, como las reciben y evalúan los servicios de una empresa. Las percepciones están enlazadas con las características o dimensiones de la calidad del servicio que son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles (Matsumoto, 2014, pág. 185).

**Atención de quejas,** Las empresas o instituciones que usan las quejas como investigación las recolectan y las documentan, luego usan la información para identificar clientes insatisfechos, corregir problemas individuales cuando es posible e identificar puntos comunes de falla en el servicio. Este tipo de investigaciones aplica tanto para bienes como para servicios, pero en el caso de los últimos tiene un propósito muy importante en tiempo real (Vergara, 2014, pág. 63).

**Conformidad,** Los estudios de satisfacción de los clientes o usuarios atendidos pueden aportar una información de enorme

transcendencia. Siendo para la administración pública conseguir que la calidad percibida por los ciudadanos coincida con la que ellos esperaban, a esto llamamos conformidad del usuario. El ciudadano percibe y recibe unos servicios como los que él esperaba (Sacanell, 1995 citado por (Rodríguez, 2017, pág. 37).

**Información,** Se refiere al funcionamiento y manejo del o los sistemas de acceso a los registros de los recursos de las colecciones con las que cuente la unidad: catálogos (general, revistas); bases de datos; índices y resúmenes, entre otros. Es la percepción del usuario de la calidad del sistema después de haberlo utilizado, desde la forma en que permite hacer las búsquedas hasta la lista de resultados que obtiene (Congreso de la República, 2003).

### **2.2.5 Escalas de la Medición de la Calidad del Servicio.**

Las escalas ServQual y Servperf son herramientas diseñadas para la medición de la calidad del servicio (Cronin y Taylor, 1994, p. 126). Dentro de los ámbitos académicos son las más usadas para tal fin.

SERVQUAL es una escala de ítems múltiples que sirve para medir las percepciones del cliente con respecto a la calidad del servicio (Parasuraman et al., 1985; 1988; 1991). el instrumento se compone de 22 frases que miden las expectativas del cliente

y 22 frases similares que miden las percepciones del cliente y la calidad del servicio se establece mediante la diferencia de las puntuaciones que el cliente asignó a las expectativas y a las percepciones.

Las expectativas se definen como los deseos de los consumidores

(Parasuraman et al., 1988) o lo que ellos esperan de lo que sería un servicio ideal. Las percepciones de la calidad del servicio reflejan las apreciaciones del consumidor en un momento específico del tiempo (Cronin y Taylor, 1994); son las creencias que tienen los consumidores sobre el servicio recibido; son las maneras como los clientes captan los servicios a través de los momentos de verdad. a su vez, los momentos de verdad son generados por todo empleado o sistema que entra en contacto con el cliente (Albrecht, 1992).

Las dimensiones que definen la escala de medición de la calidad del servicio son las siguientes: (Parasuraman et al., 1988, p. 23):

**1. Tangibilidad:** Lo constituyen, la infraestructura e instalaciones físicas, equipos, y el aspecto de los empleados y personal.

**2. Fiabilidad:** Es destreza y habilidad para ejecutar el servicio prometido en forma fiable y precisa.



**3. Capacidad de respuesta:** Es la disposición para ayudar a los usuarios o clientes y brindar servicio rápido.

**4. Seguridad:** Es el conocimiento y el trato cortés de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad en el servicio brindado.

**5. Empatía:** Es la identificación mental y efectiva del empleado con el estado de ánimo del usuario o cliente para brindar una atención individualizada de los servicios que la empresa proporciona a sus clientes.

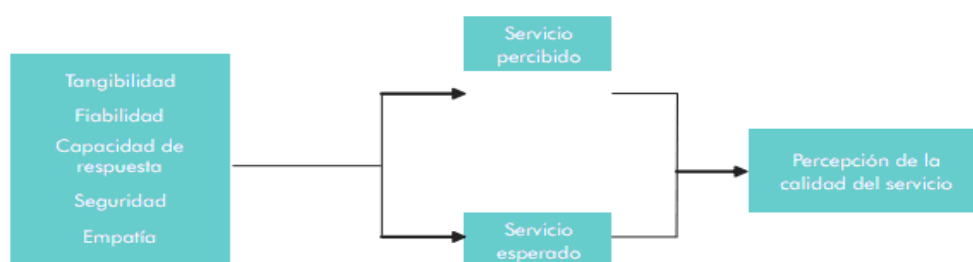


Gráfico N° 01: Modelo ServQual

Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988). Zeithaml y Parasuraman (2004, p. 16).

Desde la investigación de Parasuraman et al. (1985), referente a la conceptualización del modelo de la calidad del servicio y los gaps (son vacíos en su caracterización, esquema y en el beneficio de la prestación del servicio), se promueve el desarrollo de un instrumento patrón que nos permita evaluar y medir las percepciones del usuario o cliente acerca de la calidad del servicio que se brinda. Esto conlleva a un acierto inicial de cimentación para la construcción del instrumento que

permite medir la calidad del servicio el cual es conocido como ServQual.

En cuanto a las aplicaciones de Servqual los autores pregonan que “el instrumento ha sido diseñado para aplicarse en un amplio espectro de los servicios” (Parasuraman et al.,1988, p. 30). Su función básica es comprender mejor las expectativas y percepciones y con base en ese conocimiento, mejorar la calidad del servicio.

Desde una perspectiva pragmática, Druker (1990) “establece cinco niveles de evaluación del desempeño de una organización de acuerdo con la satisfacción obtenida (comparación de las expectativas)” (p. 41). La mayoría de los clientes utilizan. Según Druker, las cinco dimensiones para llevar a cabo dicha evaluación son:

- **Fiabilidad:** Es la aptitud, el talento y la cualidad que debe tener la institución para brindar el servicio de manera confiable, inequívoca, con confianza y con la mayor certeza. Evaluando la concepción de fiabilidad encontramos en este término, todos los componentes que le permiten al usuario o cliente el esclarecimiento y a través de el, descubrir y discernir sobre la capacidad y conocimientos de sus trabajadores, empleados y/o profesionales de la institución, esto quiere decir, que a través de esta dimensión la institución brinda al

usuario o cliente un servicio correcto y amable desde el primer instante.

- **Seguridad:** Es la emoción e impresión que posee el usuario o cliente ante un problema en el momento en que solicita un servicio y confía en que dicho servicio será resuelto positivamente y de la mejor manera posible por la institución. La seguridad involucra la cualidad de dar solución acertada y creíble a un posible problema, y este término su vez encierra probidad, rectitud, seguridad, confianza y honestidad. Lo que quiere decir, que para la institución no sólo es importante cuidar los intereses del usuario o cliente, sino que también debe demostrar su preocupación en darle al usuario una mayor satisfacción en el servicio que éste solicite.

- **Capacidad de respuesta:** Es la oportunidad que tiene la institución de asumir la mejor actitud ante una situación inesperada y negativa que le permite ayudar a sus usuarios o clientes y darles un servicio efectivo y rápido; este concepto también hace referencia al cumplimiento y en el tiempo previsto los compromisos asumidos con los usuarios, así mismo incluye que tan asequible es la institución para el cliente, esto quiere decir, conocer las perspectivas que tiene el usuario para entrar en contacto con la institución y la posibilidad de lograrlo.

- **Empatía:** Representa la destreza y la práctica de la institución para lograr una atención personalizada, con cortesía, respetuosa, cuidadosa y segura en los servicios que brinda a sus usuarios o clientes, esto se logra manteniendo con responsabilidad un esforzado compromiso con el usuario, para lo cual es necesario conocer a profundidad las particularidades y características de las necesidades específicas y expectativas de sus clientes.

- **Intangibilidad:** Ya que el servicio no puede tocarse ni palmarse físicamente por tener la característica de ser intangible, la institución debe mantener la capacidad de su producción por que si no es así el servicio desaparece para siempre y el usuario no lograría el beneficio de este en el futuro.

- **Interacción humana:** En esta dimensión es el cliente quien se involucra en la producción del servicio, y para que esto suceda es necesario logra vincular o contactar a la institución con el usuario.

Por lo tanto, lograr calidad en el servicio requiere que el punto de inicio este dado por la interacción entre el usuario y todos los elementos necesarios de un determinado servicio.

(Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985). Estos autores determinan tres dimensiones de la calidad:

1. Calidad física: Incluye los aspectos físicos del servicio.
2. Calidad corporativa: Lo que afecta la imagen de la empresa.
3. Calidad interactiva: Entre personal y cliente, y entre clientes.

### **2.2.6 Modelos de Medición de la Calidad de Servicio.**

#### **La escuela nórdica**

Es un modelo de medición y evaluación de la calidad de servicio conocido como modelo de la imagen, y fue propuesto por Grönroos (1988, 1994) ya que hace una correspondencia entre calidad e imagen institucional. Tal como se ve en gráfico 002, esboza que la calidad percibida por los usuarios es la unificación de la calidad técnica o la proporcionada y la calidad funcional, es decir cómo se proporciona, y estas se corresponden con la imagen institucional. Por lo tanto, la imagen es un componente fundamental que nos permite evaluar la calidad percibida.

Resumiendo, diríamos que el usuario directamente se ve influenciado en base a la deducción del resultado del servicio recibido, así como también por la forma de recibirlo y por la imagen institucional, lo que involucra las diferencias entre la percepción del servicio y el servicio esperado.

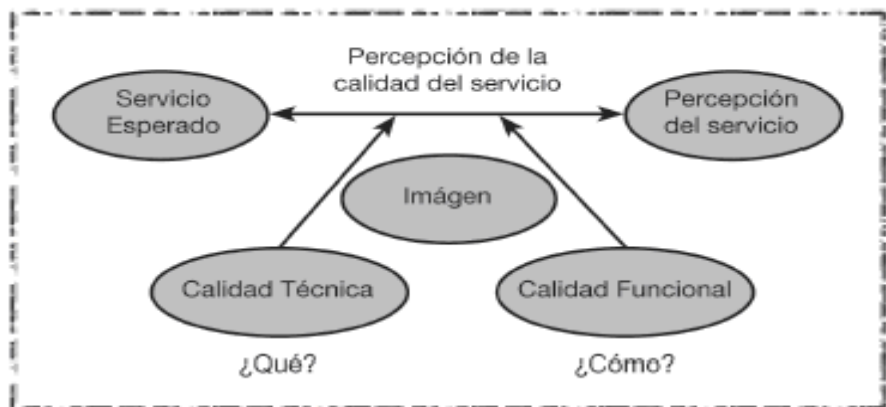


Gráfico N° 02: Modelo Nórdico

Fuente: Grönroos (1984, p. 40).

El modelo nórdico planteado por Grönroos toma elementos de un trabajo previo no publicado de Eiglier y Langeard en 1976. Grönroos (1988) *“Define y explica la calidad del servicio percibida a través de las experiencias evaluadas a través de las dimensiones de la calidad. Paralelamente conecta las experiencias con las actividades del marketing tradicional esbozando la calidad”* (p. 12).

Una apetecible y gustosa valoración de la calidad observada se logra obtiene cuando la calidad apreciada y percibida in situ cumple con las expectativas del usuario, o sea sé que la calidad es satisfecha. Asimismo, debemos considerar que un exceso en las expectativas del usuario de igual forma, describe cómo el exceso de expectativas funda inconvenientes cuando tratamos de evaluar la calidad del servicio; por lo que las expectativas deben ser realistas para caer en una percepción de baja calidad

del servicio ofrecido por la institución. Por tanto, la calidad esperada o expectativas de un servicio, según Grönroos, es la unión de diversos factores, tales como: La comunicación de marketing, recomendaciones o comunicación de boca oído, imagen institucional y necesidades del usuario.

Debemos considerar que, la experiencia de calidad es influida por la imagen corporativa/local y a su vez por otros dos componentes distintos: la calidad técnica y la calidad funcional. La calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente correcto y que conduzca a un resultado aceptable. Se preocupa de todo lo concerniente al soporte físico, los medios materiales, la organización interna. Es lo que Grönroos denomina la dimensión del “qué”. Lo que el consumidor recibe. La calidad funcional se encarga de la manera en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio. (Grönroos, 1994, p. 38) En palabras de Grönroos, es la dimensión del “cómo”.  
Cómo el consumidor recibe el servicio.

La manera en que los usuarios observan a la Institución es a través de su imagen Institucional, es decir a través del discernimiento observado de la calidad técnica y funcional de los servicios que brinda; lo que influye en el efecto en cuanto a la percepción del servicio en su forma total.

Asimismo, podemos indicar que la altura o plano de posición de la calidad total que se percibe no está determinado objetivamente por el plano de posición del objetivo, el cual involucra las dimensiones de la calidad técnica y funcional, sino que está dado por las incompatibilidades existentes y observadas entre la calidad esperada y la calidad experimentada.

### **Escuela americana**

El modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry se llama SERVQUAL. Podemos afirmar sin titubeo ni vacilaciones que es el planteamiento más utilizado por los académicos hasta el momento, teniendo en cuenta la cantidad de artículos que consideran su uso. Parasuraman, Zeithaml (1988) iniciaron su planteamiento a partir del paradigma de la desconfirmación, en semejanza a Grönroos, con el propósito de desplegar el desarrollo de un instrumento para la medición de la calidad de servicio percibida por el usuario. Tomando como base esto, después de investigar y evaluar el concepto de calidad de servicio percibida, lograron un instrumento que permitiera ponderar y cuantificar la calidad de servicio y lo denominaron SERVQUAL. Apoyándose en las advertencias y comentarios de los usuarios en la investigación, este instrumento les permitió lograr una aproximación a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y



percepciones de los usuarios, logrando de esta manera, los autores, diez dimensiones de calidad de servicio.

Estas diez dimensiones dependen de la importancia relativa que tienen cada tipo de servicio y cada cliente, y estas son:

**Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.

**Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

**Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido.

**Profesionalidad:** Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.

**Cortesía:** Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.

**Credibilidad:** Veracidad, creencia y honestidad del servicio proveído.

**Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

**Accesibilidad:** Lo accesible y fácil de contactar.

**Comunicación:** Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.

**Compresión del cliente:** Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

Luego de las críticas recibidas, manifestaron que estas diez dimensiones no son necesariamente independientes unas de otras. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988 p. 26) y realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco.

**1. Confianza o empatía:** Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).

**2. Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

**3. Responsabilidad:** Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa las anteriores dimensiones de profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad).

**4. Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.

**5. Tangibilidad:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Haciendo uso de medios estadísticos, se concentran las variables con el propósito de sistematizar de la mejor manera el modelo, para así hacerlo más representativo.

aun gráfico las siguientes dimensiones generales: Confianza, Fiabilidad, Responsabilidad, Garantía y Tangibilidad como puntos de partida para el servicio percibido y el servicio esperado y definen que dicha percepción de la calidad de servicio es el resultado de la diferencia entre lo esperado y lo percibido por y para el consumidor.

### **2.2.7 Servicio al cliente y su caracterización.**

Entender los conceptos de servicio y calidad del servicio es fundamental para comprender el objeto y las características de los modelos de medición.

El diccionario de la Real Academia Española define servicio (del latín *Servitium*) como acción y efecto de servir, como servicio doméstico e incluso como conjunto de criados o sirvientes.

En términos más aplicados, servicio es definido como:

- “Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios” (Fisher y Navarro, 1994, p. 185).
- “El trabajo realizado para otras personas” (Colunga, 1995, p. 25).
- “Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas” (Fisher y Navarro, 1994, p. 175).

- “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (Kotler, 1997, p. 656). Servicio es entonces entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor. Como fundamento inicial se examinan las siguientes definiciones de servicio al cliente:

- Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo (Horovitz, 1990, p. 7).

- Aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad (Peel, 1991, p. 24).

- “El servicio al cliente, es una gama de actividades que en conjunto, originan una relación” (Gaither, 1983, p. 123).

- “El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional” (Lovelock, 1990, p. 491).

### **2.2.8 Características de los Servicios**

Estos elementos descansan en las características fundamentales de los servicios: la intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega, y la inseparabilidad de la producción y el consumo (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985).

De las especiales particularidades que diferencian a productos tangibles de los servicios conllevan a ser la causa de la disconformidad en la determinación de la calidad del servicio, por lo que no podríamos evaluar del mismo modo a los servicios y a los productos tangibles. A continuación, se presentan estas particularidades en forma más minuciosa.

#### **La intangibilidad**

Podríamos decir que la generalidad de los servicios son intangibles (Lovelock, 1983).

Los servicios no son entidades, cosas u objetos, más bien son consecuencias o resultados. Lo que nos lleva a manifestar que muchos servicios no pueden ser verificados por el usuario antes de su adquisición que le permita un aseguramiento de su calidad, lo que no ocurre con los productos en los que si se pueden dar las especificaciones o características de su calidad. Por lo que, los servicios, debido a su representación intangible, cualquier institución o empresa de este tipo siempre tendrá conflictos o problemas para entender y comprender a sus

usuarios o clientes cómo perciben la calidad de los servicios que brinda (Zeithaml, 1988).

### **La heterogeneidad**

Aquellos servicios, especialmente los de profundo y valioso contenido de esfuerzo y trabajo, podemos decir que son desiguales y complejos en el sentido de que las consecuencias o efectos cuando estos son brindados pueden ser muy variables de institución a institución, lo que involucra una variación de productor a productor, de cliente a cliente, de día a día. Por lo tanto, es difícil lograr un aseguramiento de calidad que sea uniforme, porque, lo que cree la institución al brindar un servicio de calidad, en la práctica o cuando se da realmente el servicio, éste puede ser muy diferente de lo que el cliente lo ha percibido y lo que realmente recibe de la institución.

### **La inseparabilidad**

Son muchos servicios, en donde su producción y su consumo son indisociables (Grönroos, 1978).

En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación.

Las características de los servicios implican cuatro consecuencias importantes en el estudio de la calidad del servicio:

- La calidad de servicios es más difícil evaluar que la de los bienes.

- La propia naturaleza de los servicios conduce a una mayor variabilidad de su calidad y, consecuentemente, a un riesgo percibido del cliente más alto que en el caso de la mayoría de bienes.

- La valoración (por parte del cliente) de la calidad del servicio tiene lugar mediante una comparación entre expectativas y resultados.

- Las evaluaciones de la calidad hacen referencia tanto a los resultados como a los procesos de prestación de los servicios (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985).

# **CAPÍTULO III:**

# **MATERIALES Y MÉTODOS**

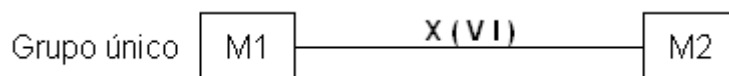


### III. MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1 Diseño de Contrastación de la Hipótesis

El diseño de contrastación de la Hipótesis es no experimental, de tipo descriptivo de Grupo Único con Medición Previa y Posterior.

Esquema del Diseño:



Donde:

X = Modelo de Servicio

M1 = Descripción de la percepción u observación de la Atención a los clientes antes de aplicar la (VI).

M2 = Descripción de la percepción u observación de la Atención a los clientes después de aplicar la (VI).

#### 3.2 Población

Población es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación (Tamayo & Tamayo, 2000; Balestrini, 2002).

En el caso de esta investigación, el universo objeto de estudio, es una población finita, que está constituida por los clientes o usuarios de la Municipalidad Distrital de Coishco, distribuidas en las zonas rurales y urbanas que

solicitan un servicio, y los empleados que laboran en ventanillas de atención haciendo un total de 5 empleados.

### **3.3 Muestra**

Se define la muestra como la selección de un grupo de elementos con la intención de averiguar algo sobre la población de la cual están tomados. Para conocer las características de las variables del estudio en la Municipalidad Distrital de Coishco, la muestra para este estudio es una muestra tomado a criterio del investigador y esta, constituida por 85 clientes o usuarios, y el 100% de los empleados que laboran en ventanillas de atención haciendo un total de 5 empleados.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.**

#### **3.4.1 Técnicas**

##### **3.4.1.1 De Campo**

Se empleó para determinar el nivel de Atención de las unidades de la muestra, en la percepción del pretest y postest.

##### **3.4.1.2 De Gabinete**

Se empleó para hacer el análisis y evaluación homogénea de las unidades de la población y

determinar las unidades de la muestra y sus correspondientes unidades de análisis, que conforman el grupo único.

### **3.4.2 Instrumentos**

#### **3.4.2.1 Cuadros y Tablas de Referencias**

Se empleó en la preparación de los cuadros para recoger la información en relación a la Atención de las unidades de análisis en la observación antes y después.

#### **3.4.2.2 Cuestionarios**

Se empleó para registrar información requerida, impresiones y sugerencias en cuanto a la Atención de las unidades de análisis de la muestra.

#### **3.4.2.3 Tablas de Calificación**

Se empleó para recoger la información sobre el nivel de la Atención logradas a través de las unidades de análisis de la muestra.

# **CAPÍTULO IV:**

# **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1 Introducción**

En la investigación se ha visto la importancia que tienen los diferentes elementos que conforman la estructura del gobierno de la Municipalidad Distrital de Coishco para brindar y ofrecer un servicio de atención de calidad en beneficio de los clientes o usuarios del distrito de Coishco; por lo tanto, para mejorar la atención de los clientes, se debe tener en cuenta algunos componentes como son: los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, lo cual justifica la elaboración de un modelo de servicio que fomente las competencias para lograr en cada uno de los empleados de ventanilla una labor eficiente de sus actividades para brindar a los clientes o usuarios una mejor capacidad de atención en la Municipalidad Distrital de Coishco.

La revisión de la literatura sobre el tema de investigación, sobre los antecedentes, el marco teórico y conceptual, de manera general se concluye que, existe debilidad y escasez de evidencia empírica que permita demostrar resultados tangibles y medibles al aplicar un modelo de servicio considerando las expectativas de los clientes o usuarios de las municipalidades, esto nos lleva a la búsqueda de soluciones más acertadas para permitan acercarnos con mayor precisión al objeto de estudio de esta realidad, pues los modelos de servicio existentes, se

sustentan bajo el enfoque de cómo han sido implantados y las herramientas que han utilizado para llevarlos a cabo, pero muy pocos son los modelos que tratan de profundizar o establecer relaciones entre el modelo de servicio y la mejora de la atención que permitan a la institución usar e implementar otros recursos estratégicos con el propósito de brindar información valiosa sobre los diferentes elementos para el diseño de la propuesta de un modelo de servicio para mejorar la atención de los clientes y de esta manera tomar decisiones acertadas sobre la mejora de la calidad de la atención en las municipalidades, específicamente en la municipalidad distrital de Coishco.

En síntesis, se podría concluir que, luego del diagnóstico de la realidad percibida en la actualidad a través del pretest y del contraste con las expectativas de los servicios solicitados por los clientes o usuarios del distrito de Coishco, con los fundamentos teóricos y con los diferentes modelos de Calidad de Servicio, se logró construir la propuesta del modelo de Servicio que sería aplicado en el postest lo cual nos permitiría la contrastación de la hipótesis del presente estudio, como alternativa de solución a la realidad problemática planteada en el presente estudio.

## **4.2 Estructura y Desarrollo del Modelo de Servicio Propuesto (MSP)**

Los siguientes módulos, es resultado de la investigación y nos permite explicar la contribución de la Gestión del servicio en los resultados de la mejora de la atención a los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco como resultado de su aplicación del modelo propuesto en el postest del presente estudio.

Por consiguiente, el modelo no sólo permite demostrar el impacto del servicio en función de su efecto sobre los resultados de la mejora de la atención en esta institución, sino también contribuye a aumentar los activos de los diferentes servicios a través de su correspondiente gestión en esta municipalidad distrital de Coishco.

<b>Modulo 01: Dimensiones del Modelo de Servicio Propuesto</b>
1. Tangibilidad
2. Fiabilidad
3. Capacidad de respuesta
4. Seguridad
5. Empatía
6. Profesionalismo
7. Comunicación

Tabla N° 01: Dimensiones del Modelo de Servicio Propuesto

Fuente: Elaboración Propia

En este Módulo, se trabajó en el postest utilizando como instrumento el cuestionario que nos permitió medir cada una de estas dimensiones:

El modelo de servicio propuesto está compuesto por siete dimensiones:

**1) Elementos tangibles:** Tales como, las instalaciones, equipos, apariencia de los empleados de ventanillas, materiales de oficina.

**2) Fiabilidad:** algunos aspectos son: la municipalidad cumple con lo prometido, la manera como un cliente fue atendido la primera vez, si la municipalidad concluye el servicio en el tiempo promedio, o si un cliente tiene problemas cual es el interés de la municipalidad por solucionarlo, etc.

**3) Capacidad de respuesta:** Si los empleados de ventanilla comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio, si los empleados de ventanilla nunca están ocupados para responder a las preguntas de los clientes, si los empleados de la Municipalidad ofrecen un servicio rápido a los clientes o usuarios, etc.

**4) Seguridad:** Si los clientes se sienten seguros con los servicios de la Municipalidad, si el comportamiento de los empleados de la Municipalidad transmiten confianza a los clientes o usuarios, , etc.



**5) Empatía:** Si la Municipalidad tiene horarios de trabajo que son convenientes para todos los clientes, si la Municipalidad da a los clientes una atención personalizada, etc.

**6) Profesionalismo:** Si la prestación de los servicios es realizada por personal de ventanilla debidamente calificado, etc.

**7) Comunicación:** Si el cliente o usuario de esta municipalidad está informado para que vaya formando sus expectativas respecto al servicio que va a solicitar.

<b>Modulo 02: Factor Humano del Empleado Municipal para la Atención.</b>
<b>Percepción de la atención en la Municipalidad</b>
1. Diagnóstico
2. Encuesta
3. Resultados y Discusión

Tabla N° 02: Percepción de la atención en la Municipalidad

Fuente: Elaboración Propia

En este módulo, se trabajó en el diagnóstico en el pretest y en el postest utilizando como instrumento el cuestionario que nos permitió medir si el empleado resuelve mis necesidades, demuestra interés por ellas, se da el tiempo suficiente, si es amable y me genera confianza como clientes en la atención de los servicios que da Municipalidad Distrital de Coishco.

Este módulo integra los elementos del diagnóstico, el instrumento de la encuesta y los resultados y discusión lo cual

permitirá evaluar la atención de los diferentes servicios en la Municipalidad Distrital de Coishco tal como se da en la realidad.

<b>Modulo 03: Factor Organizativo para la Atención al Cliente.</b> <b>Expectativas de la atención de los Clientes</b>
1. Encuesta
2. Resultados y Discusión

Tabla N° 03: Expectativas de la atención de los clientes

**Fuente: Elaboración Propia**

En este Módulo, se trabajó en el pretest y postest utilizando como instrumento el cuestionario que nos permitió medir: Si el servicio solicitado es ágil y si la cantidad de documentos por un servicio solicitado es adecuado.

Conocer las expectativas de los clientes sobre la calidad de la atención es esencial para la municipalidad distrital de Coishco, lo que conlleva a que el proceso de la calidad de la atención debe mantenerse de forma continua que permita buscar la relación directa entre calidad del servicio y satisfacción del usuario del distrito de Coishco.

Este elemento entraría a ser medido en el postest luego de hacer mejoras tomando como base la información de la percepción actual de la calidad de la atención en el pretest, y evaluar las

bases teóricas y metodológicas consideradas en esta investigación a efectos de mejorar y/o a transformar los procesos de atención de las actividades del sistema.

<b>Modulo 04: Factor de Satisfacción del Servicio Municipal. Mejora de los Servicios de la Municipalidad</b>
1. Capacitación
2. Encuesta
3. Resultados y Discusión

Tabla N° 04: Servicio del modelo propuesto

Fuente: Elaboración Propia

**Capacitación.** Previa coordinación, estuvo a cargo del jefe de recursos humanos, con pleno conocimiento de los procesos de la gestión municipal y conociendo el objetivo del modelo propuesto a implementarse, esta situación sobre la capacitación se manejó positivamente y se programó la fecha y hora de la capacitación para que puedan estar todos los empleados de ventanilla de atención al cliente o usuario.

En este Módulo, se trabajó en el pretest y postest utilizando como instrumento el cuestionario que nos permitió medir: Si el servicio brindado fue el que se esperaba y que la experiencia de venir a esta municipalidad es grata.

<b>Modulo 05: Mejora de la atención a los clientes</b>
1. Integración final
2. Resultado final de su aplicación

Tabla N° 05: Mejora de la atención a los clientes

Fuente: Elaboración Propia

Este módulo integra como resultado final de logro con el módulo 01, el Módulo 02, el módulo 03 y el módulo 04, el cual de su aplicación en el postest brinda los resultados correspondientes de la mejora de la atención de los diferentes servicios a los usuarios en la Municipalidad Distrital de Coishco.

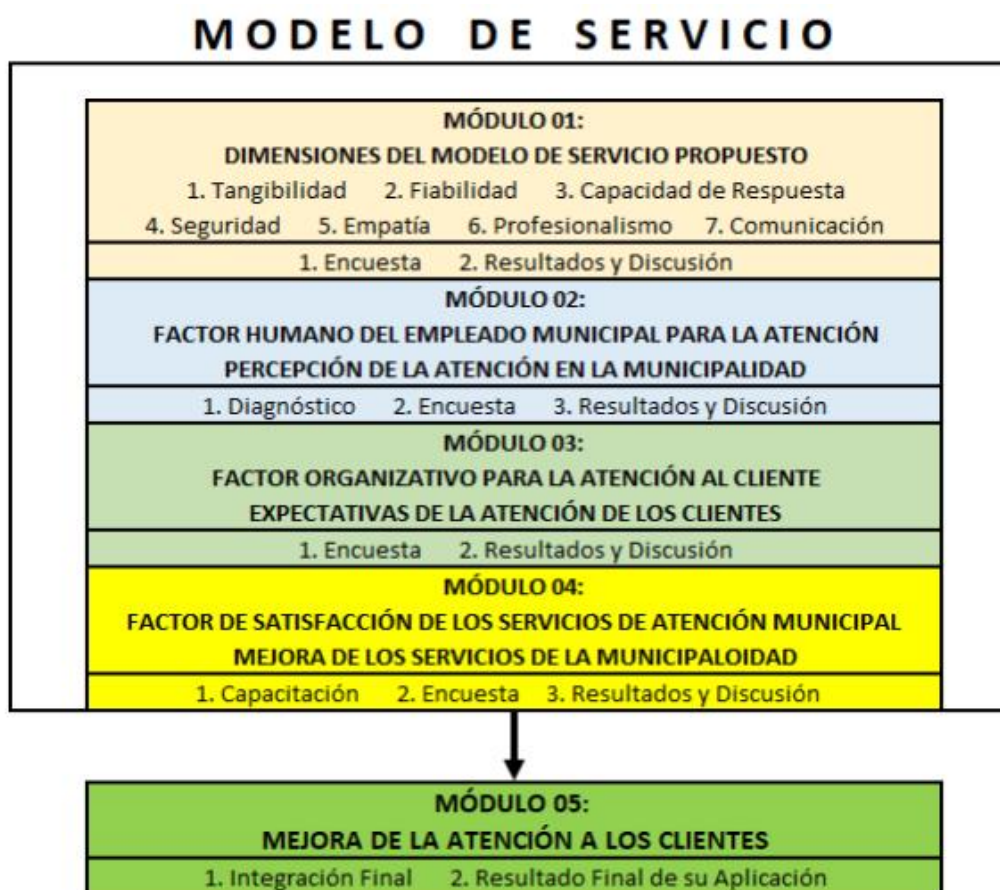


Figura N° 02: Modelo de Servicio

Fuente: Elaboración Propia

### **4.3 Evaluación de los Resultados de la Situación Inicial (PreTest) de la Atención en la Municipalidad Distrital de Coishco.**

En esta fase del diagnóstico se aplicó la encuesta (Anexo A) a las unidades de análisis de la muestra, para evaluar la percepción de los clientes o usuarios respecto a la atención en los servicios que brinda la Municipalidad Distrital de Coishco, se les orientó a los clientes encuestado como deberían ir llenando cada uno de los ítems de la encuesta. Se utiliza la estadística descriptiva, con el objetivo de determinar las características y elementos con mayor incidencia según la encuesta aplicada.

#### **4.3.1. Análisis descriptivo de la situación inicial de la Atención al cliente en el pretest.**

Esto permite establecer las características actuales de la Atención al cliente, en función a los siguientes aspectos: Factor humano del empleado municipal, factor organizativo, y factor de satisfacción del servicio municipal.

##### **4.3.1.1 Factor humano del empleado municipal**

Según los resultados obtenidos en este factor del empleado municipal, se muestran las valoraciones a cada una de las preguntas sobre este factor.

### Pregunta 01

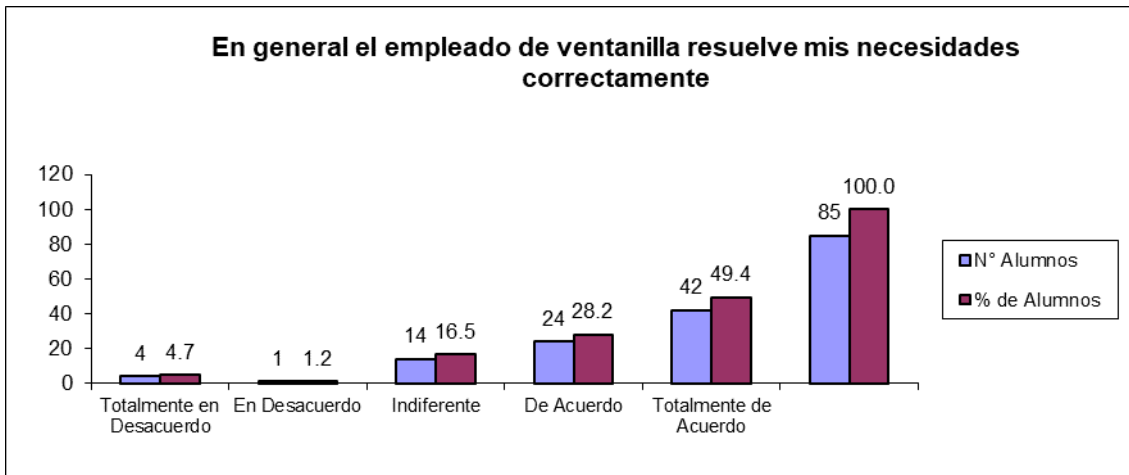


Gráfico N° 04: El empleado resuelve mis necesidades

Fuente: Elaboración propia

### DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta si en general el empleado resuelve mis necesidades correctamente, Se observa que el 4.7% está totalmente en desacuerdo, el 1.2% está en desacuerdo, el 16.5% es indiferente, el 28.2% está de acuerdo y el 49.4% está totalmente de acuerdo.

### Pregunta 02

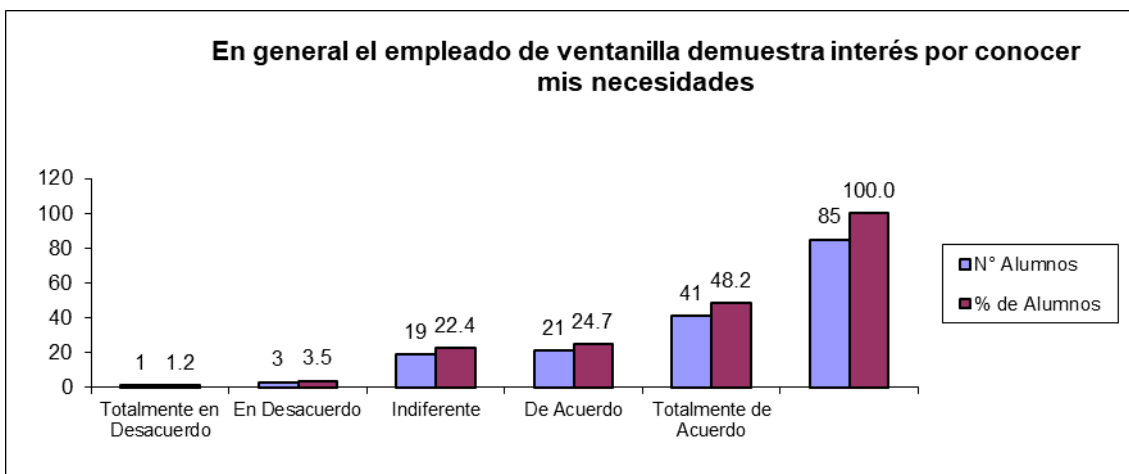


Gráfico N° 05: El empleado demuestra interés por mis necesidades

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta si en general el empleado de ventanilla demuestra interés por conocer mis necesidades, Se observa que el 1.2% está totalmente en desacuerdo, el 3.5% está en desacuerdo, el 22.4% es indiferente, el 24.7% está de acuerdo y el 48.2% está totalmente de acuerdo.

### Pregunta 03:

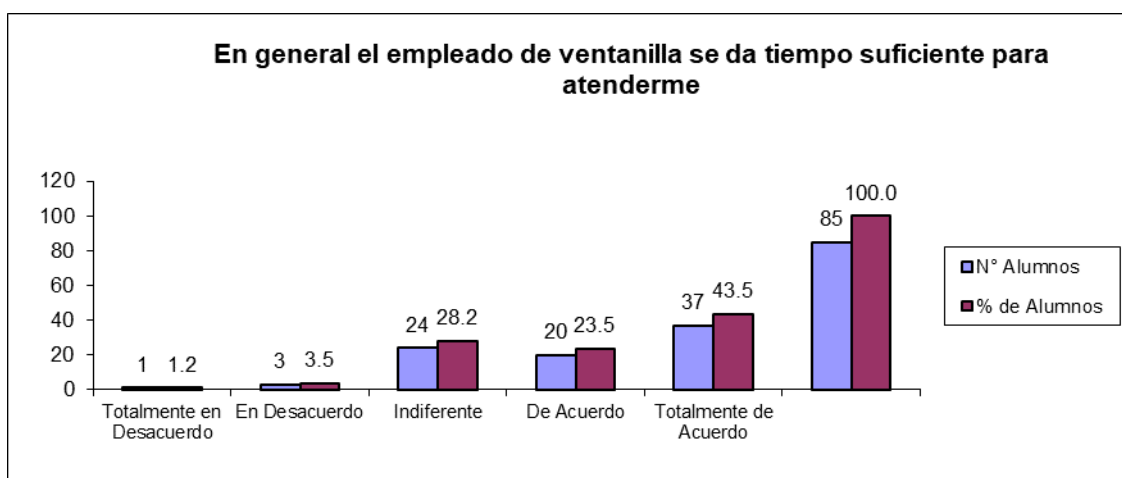


Gráfico N° 06: El empleado se da tiempo suficiente para atenderme

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta si en general el empleado de ventanilla se da tiempo suficiente para atenderme, Se observa que el 1.2% está totalmente en desacuerdo, el 3.5% está en desacuerdo, el 28.2% es indiferente, el 23.5% está de acuerdo y el 43.5% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 04:

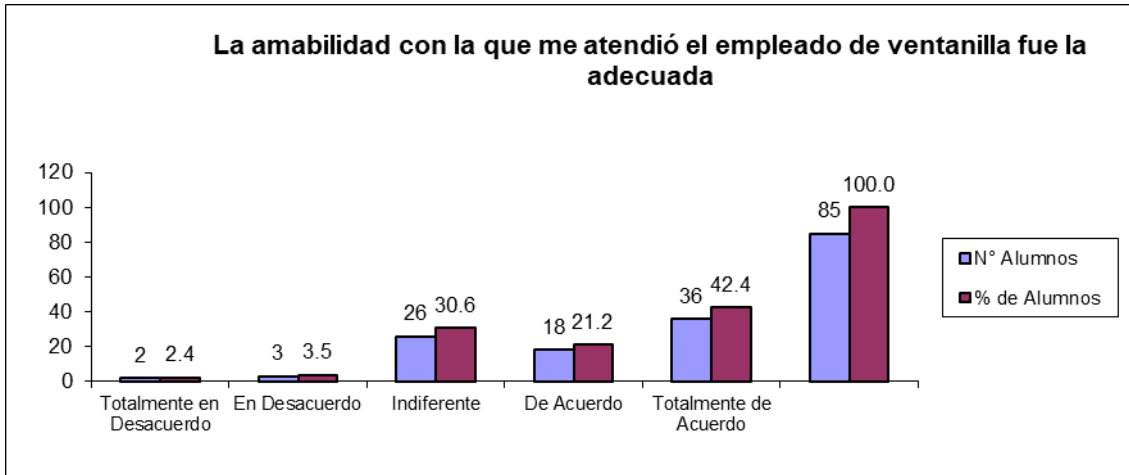


Gráfico N° 07: La amabilidad con la que se me atendió fue la adecuada

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, la amabilidad con la que me atendió el empleado de ventanilla fue la adecuada, Se observa que el 2.4% está totalmente en desacuerdo, el 3.5% está en desacuerdo, el 30.6% es indiferente, el 21.2% está de acuerdo y el 42.4% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 05:

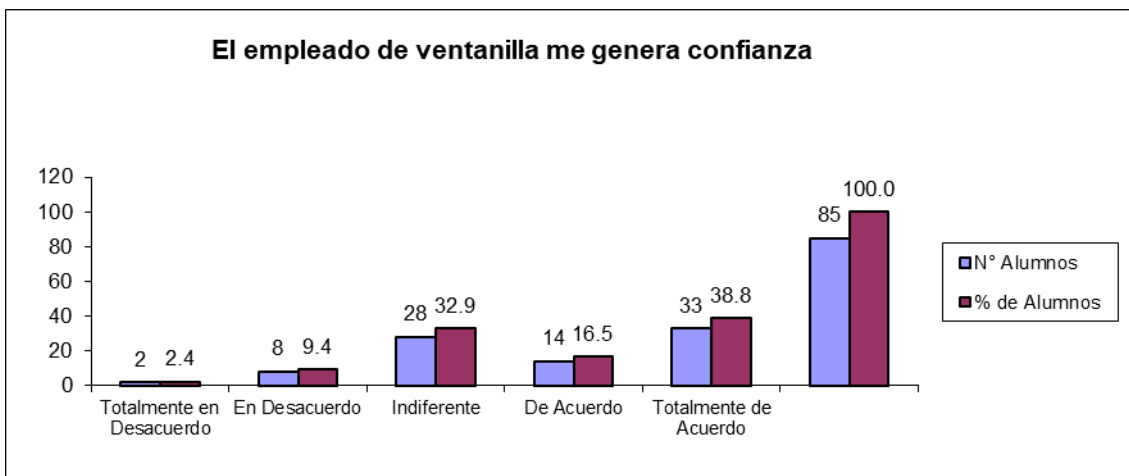


Gráfico N° 08: El empleado de ventanilla me genera confianza

Fuente: Elaboración propia



## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, el empleado de ventanilla me genera confianza, Se observa que el 2.4% está totalmente en desacuerdo, el 9.4% está en desacuerdo, el 32.9% es indiferente, el 16.5% está de acuerdo y el 38.8% está totalmente de acuerdo.

### 4.3.1.2 Factor Organizativo.

Pregunta 01:

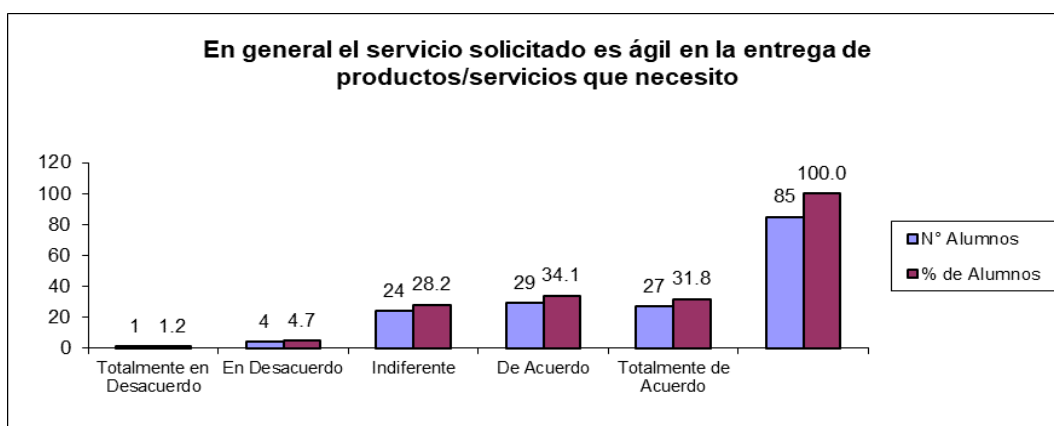


Gráfico N° 09: El servicio solicitado de ágil

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, el servicio solicitado es ágil en la entrega de productos o servicios que necesito , Se observa que el 1.2% está totalmente en desacuerdo, el 4.47% está en desacuerdo, el 28.2% es indiferente, el 34.1% está de acuerdo y el 31.8% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 02:

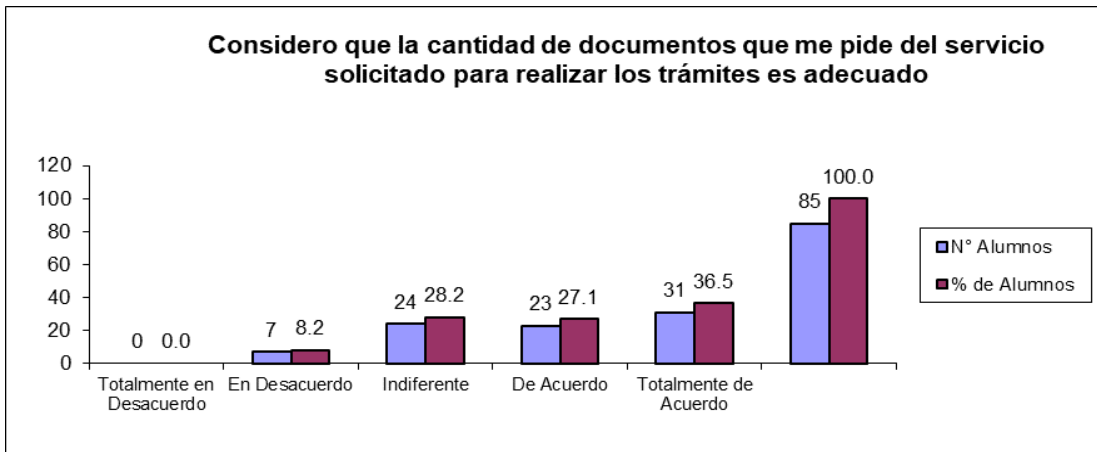


Gráfico N° 10: La cantidad de documentos solicitados es adecuado

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, considero que la cantidad de documentos que me pide del servicio solicitados para realizar los trámites es adecuado, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 8.27% está en desacuerdo, el 28.2% es indiferente, el 27.1% está de acuerdo y el 36.5% está totalmente de acuerdo.

### 4.3.1.3 Factor Satisfacción del Servicio Municipal

Pregunta 01:

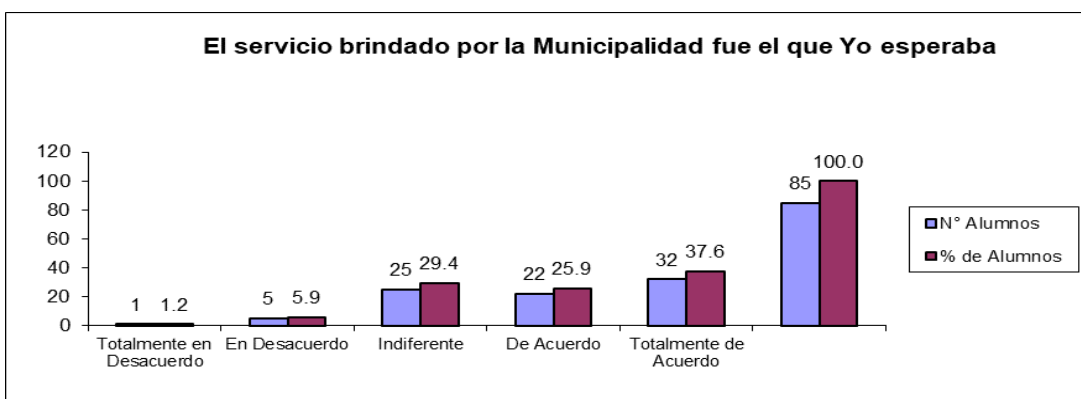


Gráfico N° 11: El servicio brindado fue el que Yo esperaba

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, el servicio brindado por la Municipalidad fue el que Yo esperaba, Se observa que el 1.2% está totalmente en desacuerdo, el 5.9% está en desacuerdo, el 29.4% es indiferente, el 25.9% está de acuerdo y el 37.6% está totalmente de acuerdo.

### Pregunta 02:

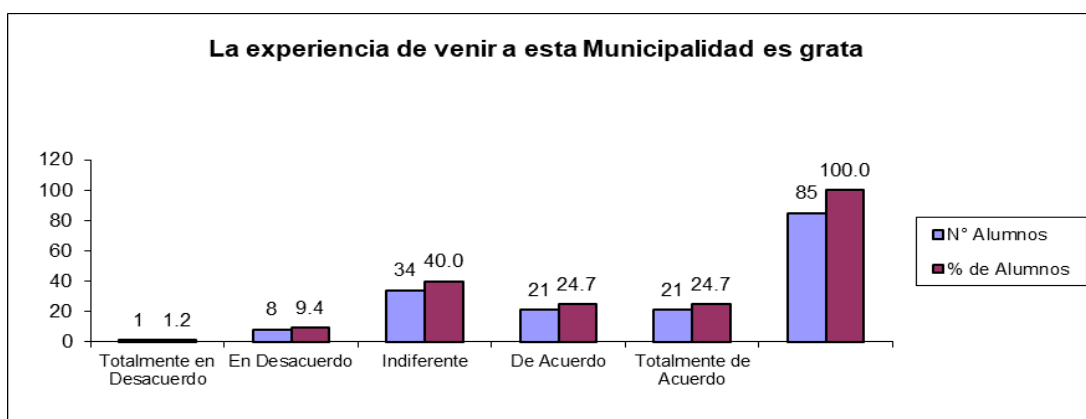


Gráfico N° 12: La experiencia de venir a esta Municipalidad es grata

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, la experiencia de venir a esta Municipalidad es grata, Se observa que el 1.2% está totalmente en desacuerdo, el 9.4% está en desacuerdo, el 40.0% es indiferente, el 24.7% está de acuerdo y el 24.7% está totalmente de acuerdo.

#### **4.4 Implementación del Modelo de Servicio Propuesto**

Los resultados de la encuesta de la medición previa (Pre test) sobre la atención de los servicios que brinda la Municipalidad Distrital de Coishco un buen porcentaje de las unidades de análisis de la muestra frente a las distintas preguntas sobre la atención más del 25% según sus respuestas son indiferentes y en general las unidades de análisis perciben la atención en un nivel regular, por lo tanto el objetivo es mejorar el nivel de la atención en esta institución con la implementación del modelo propuesto de servicio, y así lograr una mayor satisfacción de los clientes o usuarios o clientes teniendo en cuenta sus necesidades y expectativas de los servicios que solicitan, incrementando de esta manera la competitividad de esta institución municipal.

#### **4.5 Evaluación de la Medición de la Situación Final (Postest) de la Atención en la Municipalidad Distrital de Coishco.**

Luego de aplicar el modelo de servicio propuesto en este estudio en la Municipalidad Distrital de Cishco, se hace uso de una encuesta para valorar la percepción teniendo como base las necesidades y expectativas de los clientes o usuarios respecto a la atención en la medición posterior (Anexo B). Para esto, nuevamente se orientó a las unidades de la muestra de como deberían ir llenando cada uno de los ítems de la encuesta, luego se utilizó la estadística descriptiva, con el objetivo de determinar las características y elementos con mayor incidencia según la encuesta aplicada.

#### 4.5.1 Análisis descriptivo de la situación final de la Atención en el postest.

La implementación del Modelo de Servicio a través de la encuesta a las unidades de la muestra, permite establecer un análisis descriptivo de las características actuales de la Atención aplicada en esta institución, en función a los siguientes aspectos considerados en los siguientes módulos: Módulo 01: Dimensiones de la medición de la calidad del servicio de la Municipalidad Distrital de Coishco, Módulo 02: Factor humano del empleado municipal. Percepción de la Atención en la Municipalidad, Módulo 03: factor organizativo para la Atención al Cliente. Expectativas de la Atención de los clientes, Módulo 04. y factor de satisfacción del servicio municipal. Mejora de los Servicios de la Municipalidad.

##### 4.5.1.1 Dimensiones de la medición de la calidad del servicio de la Municipalidad Distrital de Coishco.

##### DIMENSIÓN: TANGIBILIDAD

Pregunta 01:

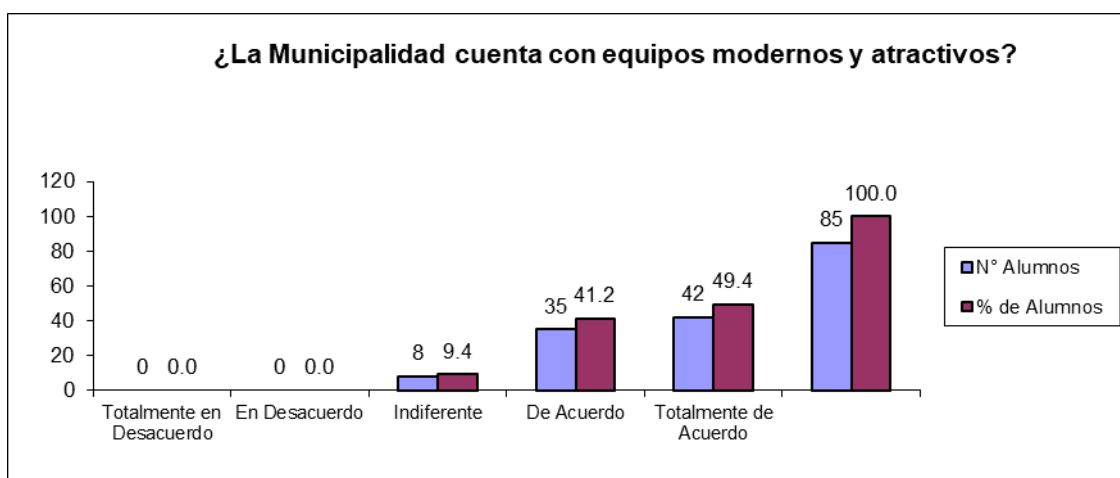


Gráfico N° 13: La Municipalidad cuenta con equipos modernos

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, La Municipalidad cuenta con equipos modernos y atractivos, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 9.4% es indiferente, el 41.2% está de acuerdo y el 49.4% está totalmente de acuerdo.

## Pregunta 02:

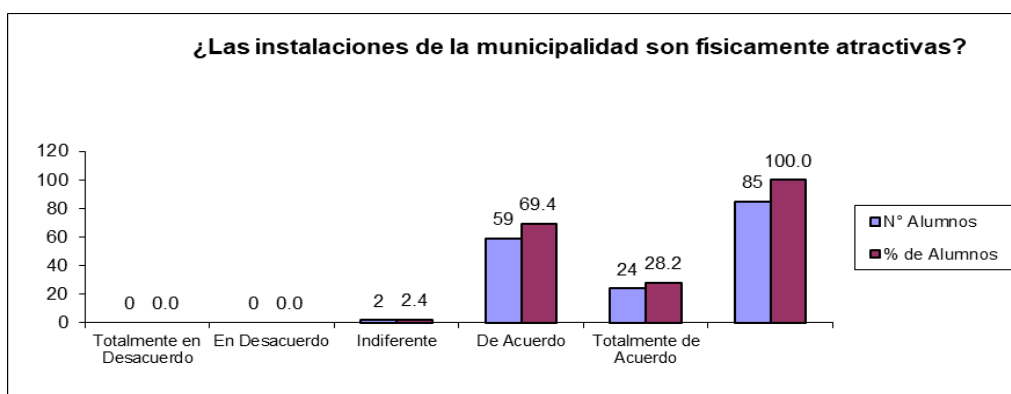


Gráfico N° 14: Las instalaciones de la municipalidad son físicamente atractivas

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, las instalaciones de la municipalidad son físicamente atractivas, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 2.4% es indiferente, el 69.4% está de acuerdo y el 28.2% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 03:

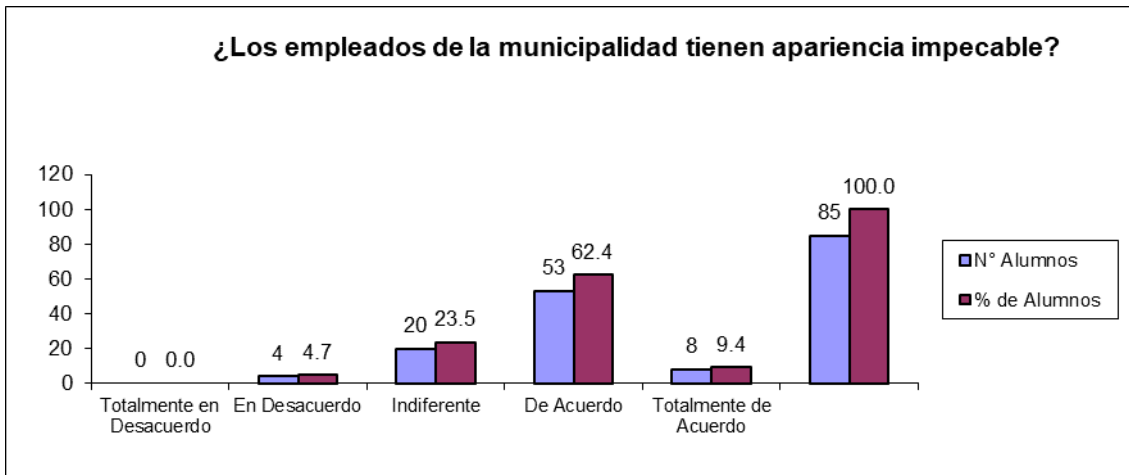


Gráfico N° 15: Los empleados de la municipalidad tienen apariencia impecable

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, los empleados de la municipalidad tienen apariencia impecable, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 4.7% está en desacuerdo, el 23.5% es indiferente, el 62.4% está de acuerdo y el 9.4% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 04:

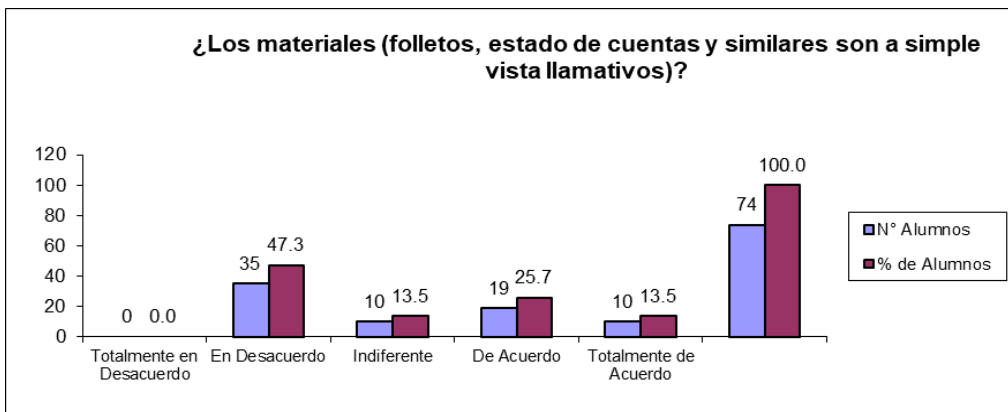


Gráfico N° 16: Los materiales a simple vistas son llamativos

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, los materiales (folletos, estados de cuenta y similares son a simple vista llamativos), Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 47.3% está en desacuerdo, el 13.5% es indiferente, el 25.7% está de acuerdo y el 13.5% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 05:

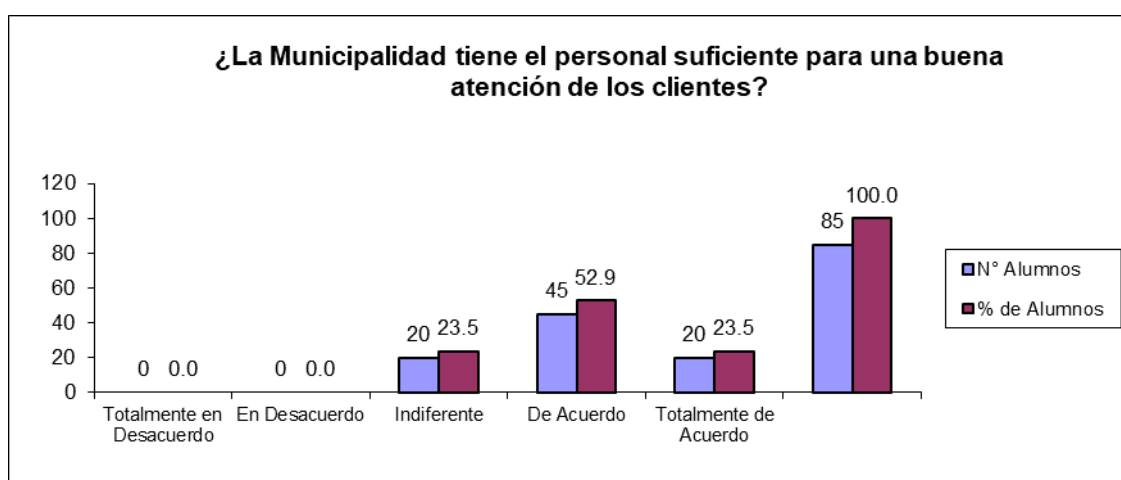


Gráfico N° 17: La municipalidad tiene personal suficiente para una buena atención

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, la Municipalidad tiene el personal suficiente para una buena atención de los clientes, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 23.5% es indiferente, el 52.9.7% está de acuerdo y el 23.5% está totalmente de acuerdo.



## DIMENSIÓN: FIABILIDAD

Pregunta 06:

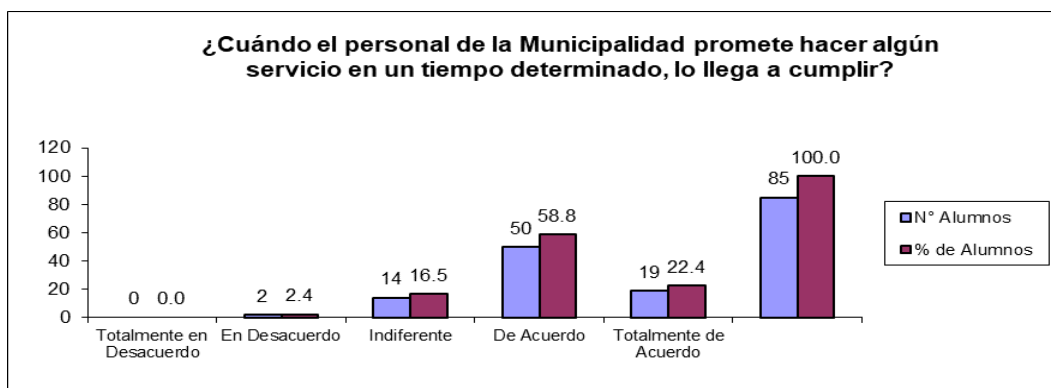


Gráfico N° 18: Cuando el personal promete un servicio en un tiempo determinado lo llega a cumplir

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, cuando el personal de la municipalidad promete hacer algún servicio en un tiempo determinado lo llega a cumplir, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 16.5% es indiferente, el 58.8% está de acuerdo y el 22.4% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 07:

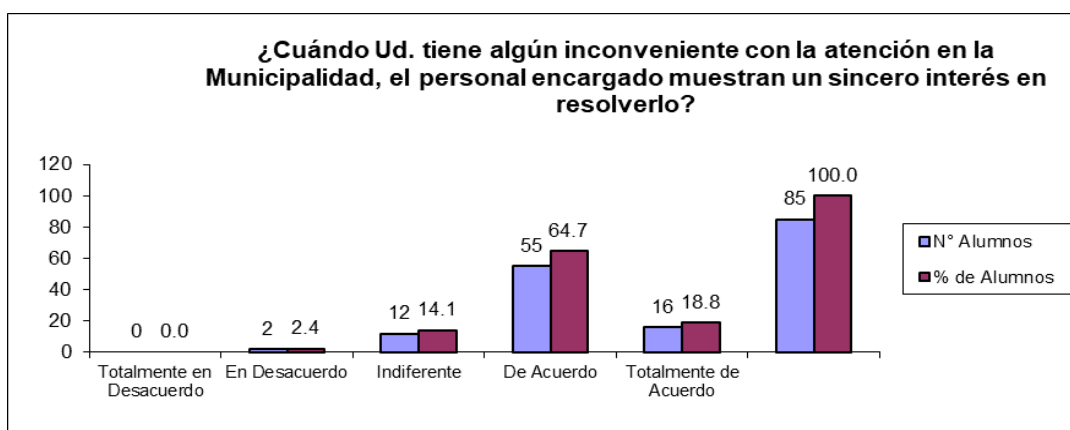


Gráfico N° 19: Cuando tiene un inconveniente el personal muestra un sincero interés por resolverlo

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, cuando usted tiene algún inconveniente con la atención en la municipalidad, el personal encargado muestra un sincero interés en resolverlo, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 64.7% está de acuerdo y el 18.8% está totalmente de acuerdo.

### Pregunta 08:

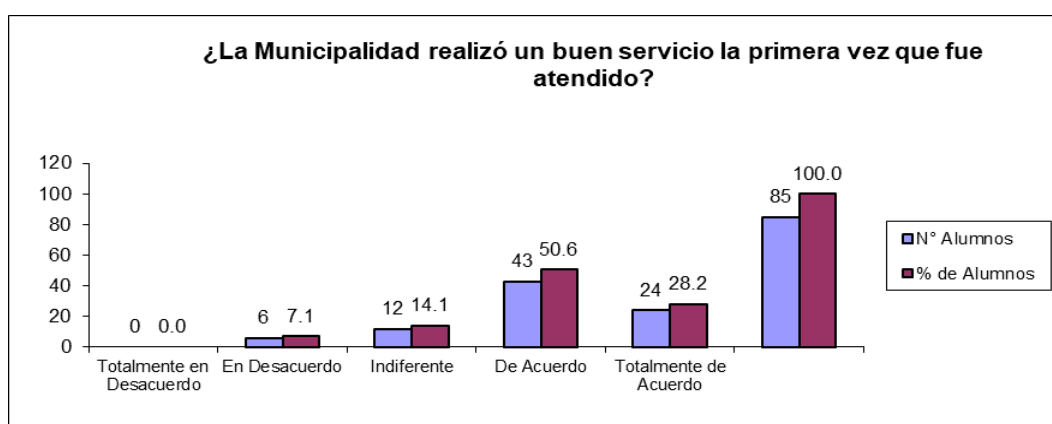


Gráfico N° 20: La Municipalidad realizó un buen servicio la primera vez que fui atendido

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, la municipalidad realizó un buen servicio la primera vez que fue atendido, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 7.1% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 50.6% está de acuerdo y el 28.2% está totalmente de acuerdo.

## DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Pregunta 09:

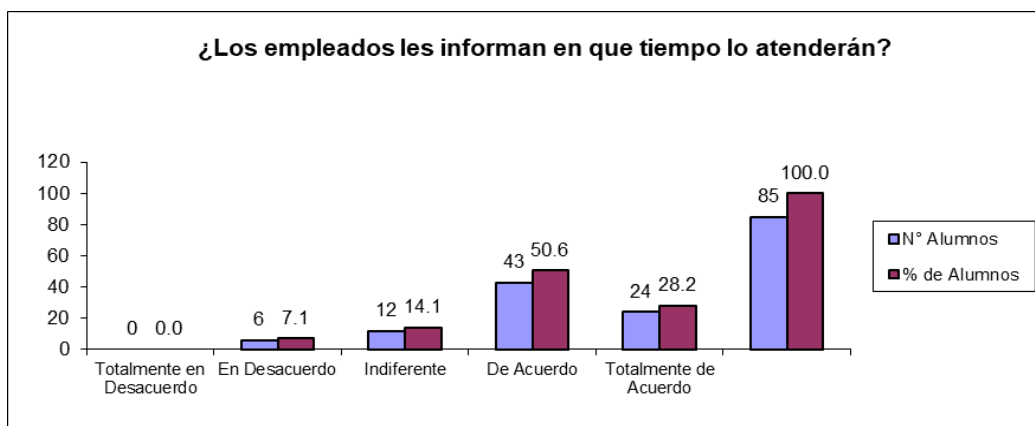


Gráfico N° 21: Los empleados les informan en que tiempo lo atenderán

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, los empleados les informan en que tiempo lo atenderán, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 7.1% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 50.6% está de acuerdo y el 28.2% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 10:

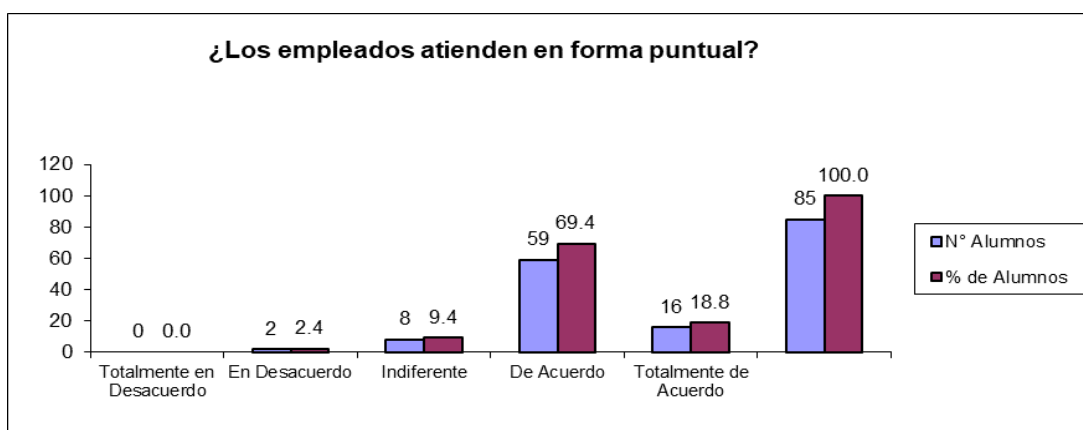


Gráfico N° 22: Los empleados atienden en forma puntual

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, los empleados atienden en forma puntual, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 9.4% es indiferente, el 69.4% está de acuerdo y el 18.8% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 11:

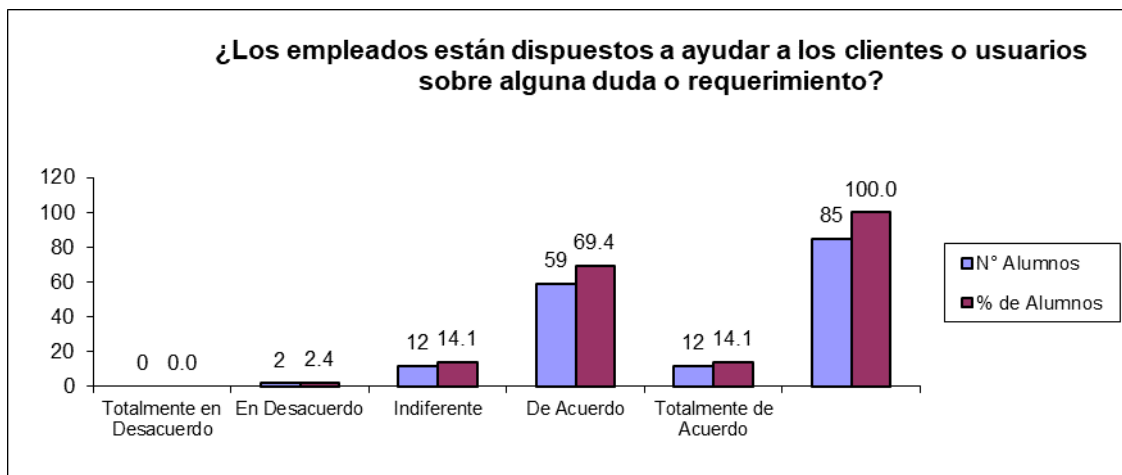


Gráfico N° 23: Los empleados están dispuestos a ayudar a los clientes sobre alguna duda

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, los empleados están dispuestos a ayudar a los clientes sobre alguna duda o requerimiento, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 69.4% está de acuerdo y el 14.1% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 12:

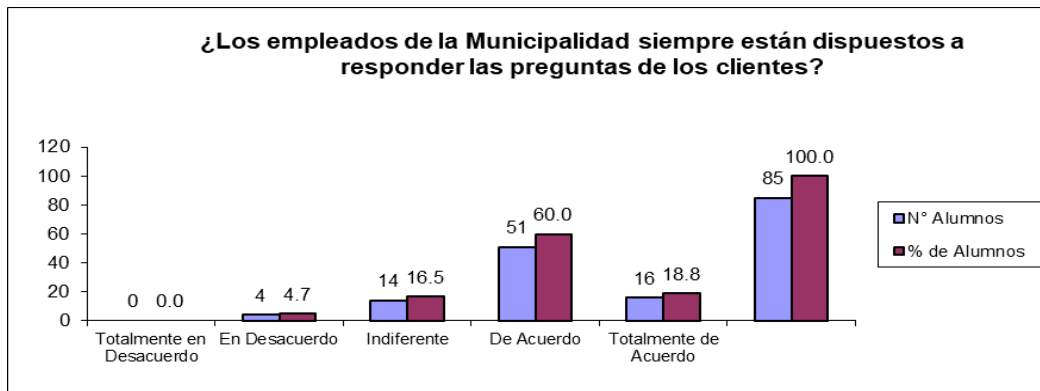


Gráfico N° 24: Los empleados siempre están dispuestos a responder las preguntas de los clientes

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, los empleados de la municipalidad siempre están dispuestos a responder las preguntas de los clientes, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 4.7% está en desacuerdo, el 16.5% es indiferente, el 60.0% está de acuerdo y el 18.8% está totalmente de acuerdo.

## DIMENSIÓN: SEGURIDAD

Pregunta 13:

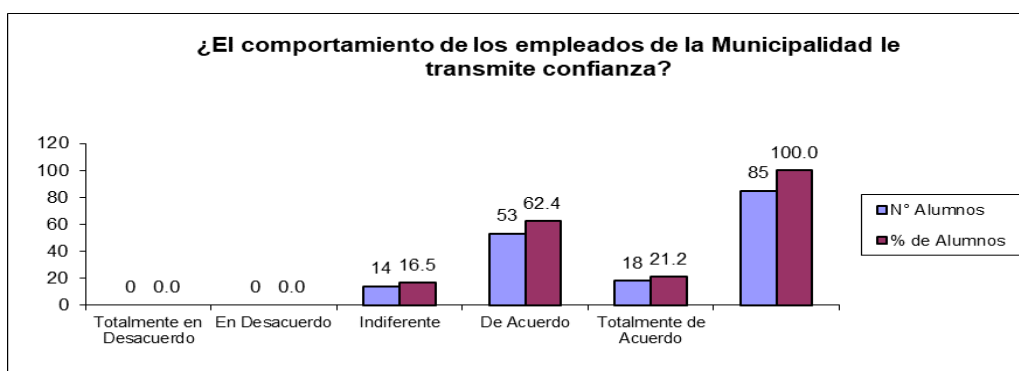


Gráfico N° 25: El comportamiento de los empleados de la Municipalidad le trasmite confianza

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, el comportamiento de los empleados de la municipalidad le transmite confianza, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 16.5% es indiferente, el 62.4% está de acuerdo y el 21.2% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 14:

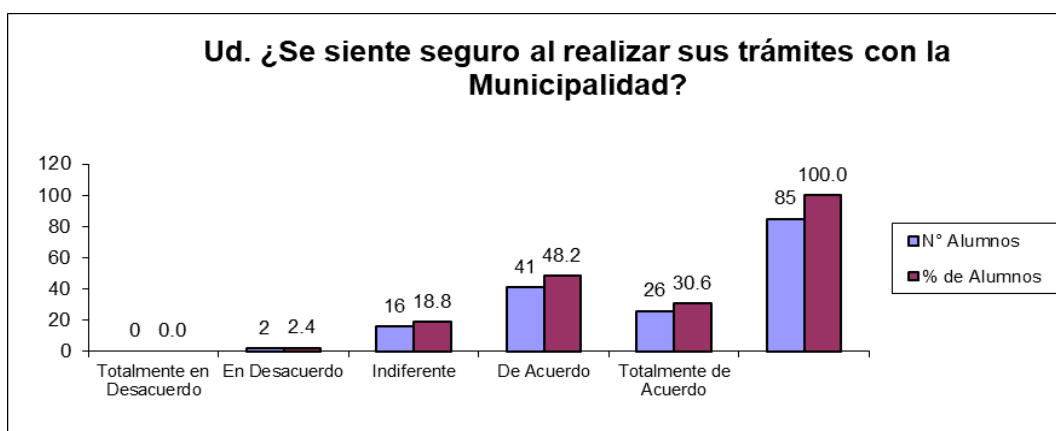


Gráfico N° 26: Se siente seguro al realizar sus trámites con la Municipalidad

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, Ud. Se siente seguro al realizar sus trámites con la Municipalidad, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 18.8% es indiferente, el 48.2% está de acuerdo y el 30.6% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 15:

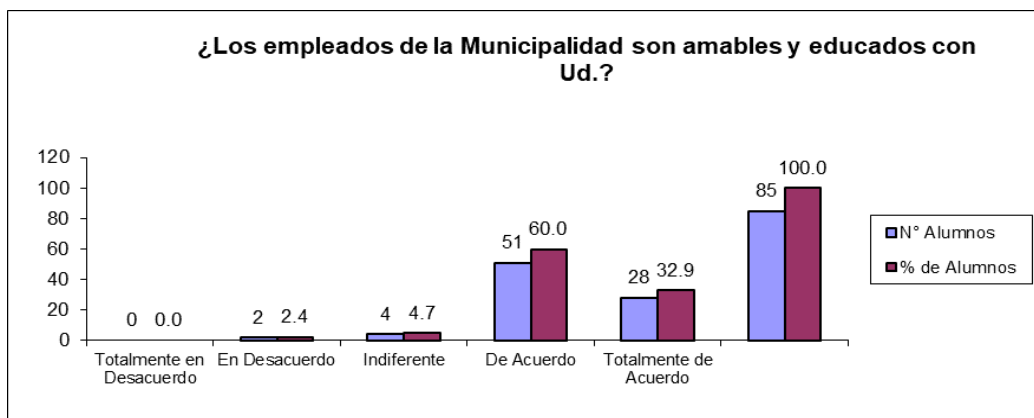


Gráfico N° 27: Los empleados de la Municipalidad son amables y educados con Usted

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, los empleados de la Municipalidad son amables y educados con usted, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 4.7% es indiferente, el 60.0% está de acuerdo y el 32.9% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 16:

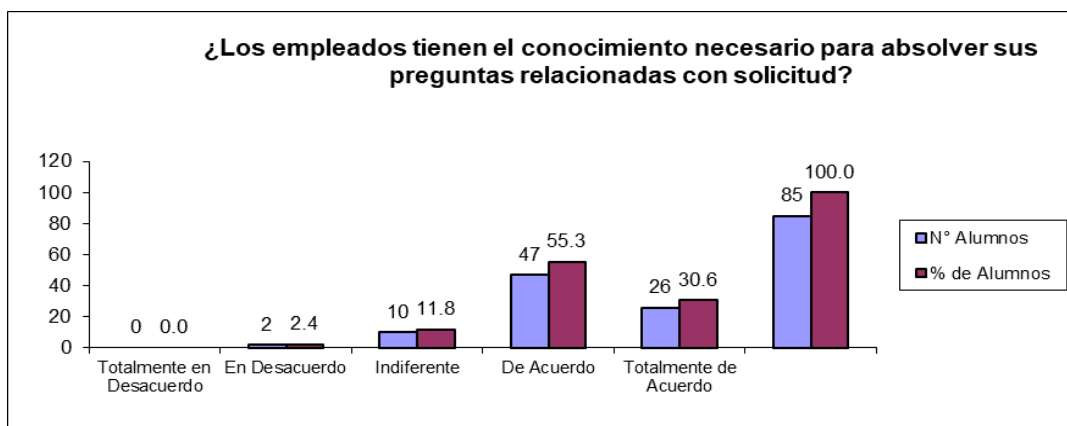


Gráfico N° 28: Los empleados tienen el conocimiento necesario para absolver sus preguntas relacionadas con su solicitud

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, los empleados tienen el conocimiento necesario para absolver sus preguntas relacionadas con su solicitud, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 11.8% es indiferente, el 55.3% está de acuerdo y el 30.6% está totalmente de acuerdo.

## DIMENSIÓN: EMPATÍA

### Pregunta 17

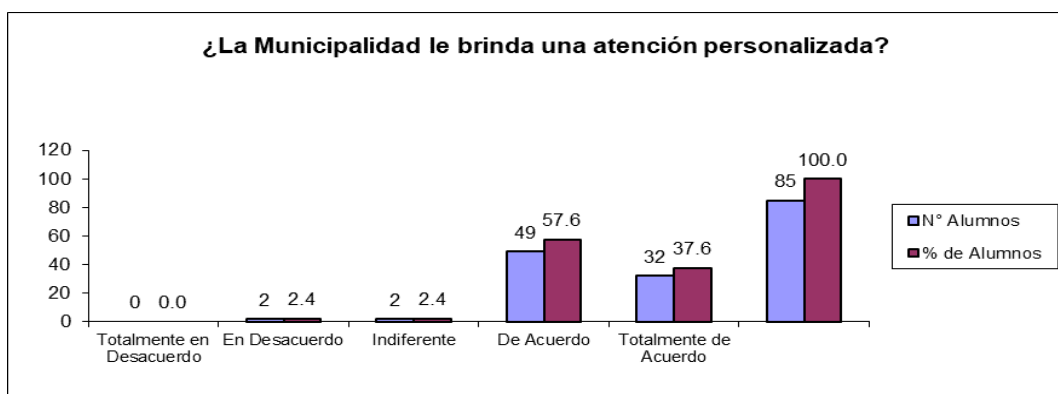


Gráfico N° 29: La Municipalidad le brinda una atención personalizada

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, la municipalidad le brinda una atención personalizada, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 2.4% es indiferente, el 57.6% está de acuerdo y el 37.6% está totalmente de acuerdo.

### Pregunta 18:

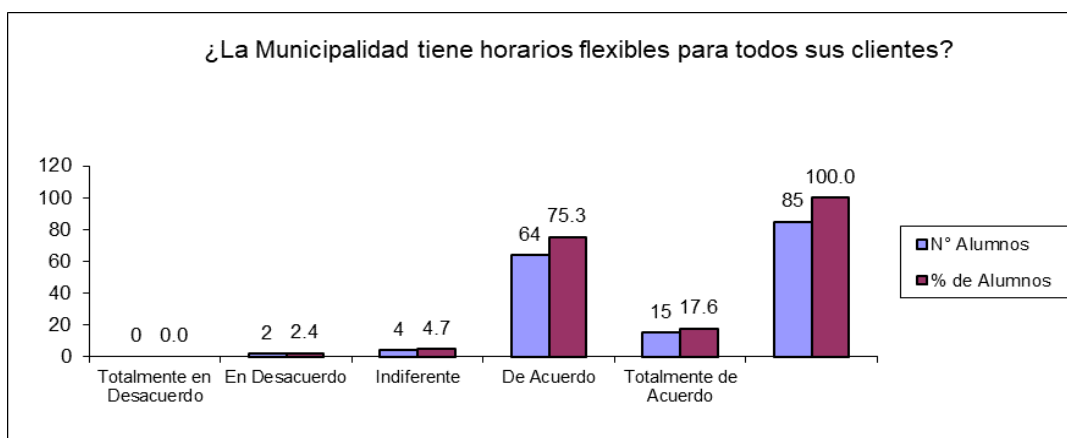


Gráfico N° 30: La Municipalidad tiene horarios flexibles para todos sus clientes

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, **la municipalidad tiene horarios flexibles para todos sus clientes**, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 4.7% es indiferente, el 75.3% está de acuerdo y el 17.6% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 19:

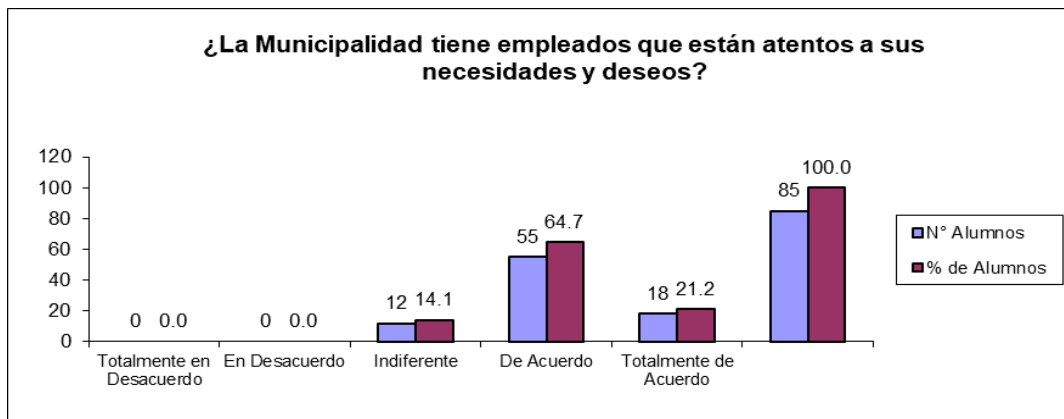


Gráfico N° 31: La Municipalidad tiene empleados que están atentos a sus necesidades y deseos

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, **la Municipalidad tiene empleados que están atentos a sus necesidades y deseos**, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 64.7% está de acuerdo y el 21.2% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 20:

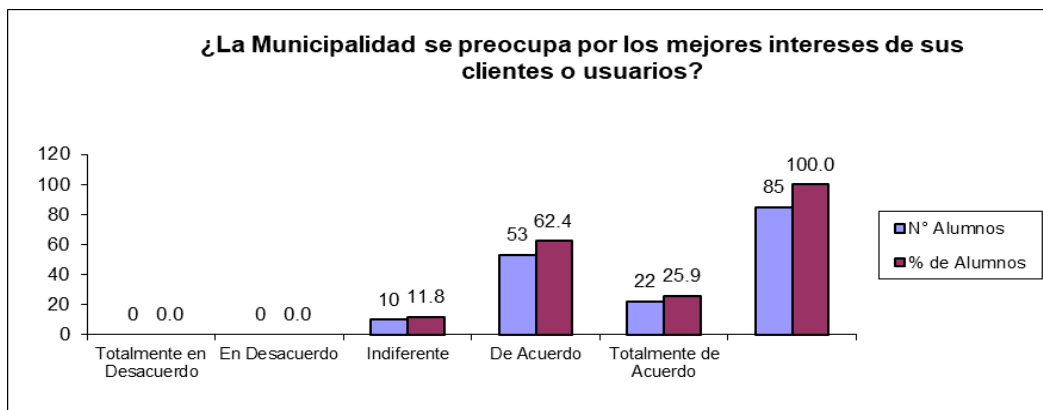


Gráfico N° 32: La Municipalidad se preocupa por los mejores intereses de sus clientes

Fuente: Elaboración propia



## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, la municipalidad se preocupa por lo mejores intereses de sus clientes o usuarios, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 11.8% es indiferente, el 62.4% está de acuerdo y el 25.9% está totalmente de acuerdo.

## DIMENSIÓN: PROFESIONALISMO

Pregunta 21:

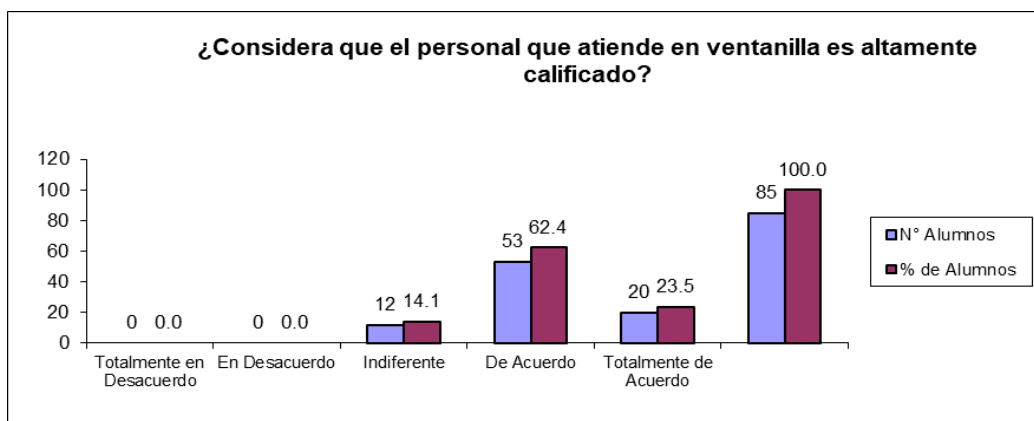


Gráfico N° 33: Considera que el personal que atiende en ventanilla es altamente calificado

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, Considera que el personal que atiende en ventanilla es altamente calificado, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 62.4% está de acuerdo y el 23.5% está totalmente de acuerdo.

## DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN

Pregunta 22:

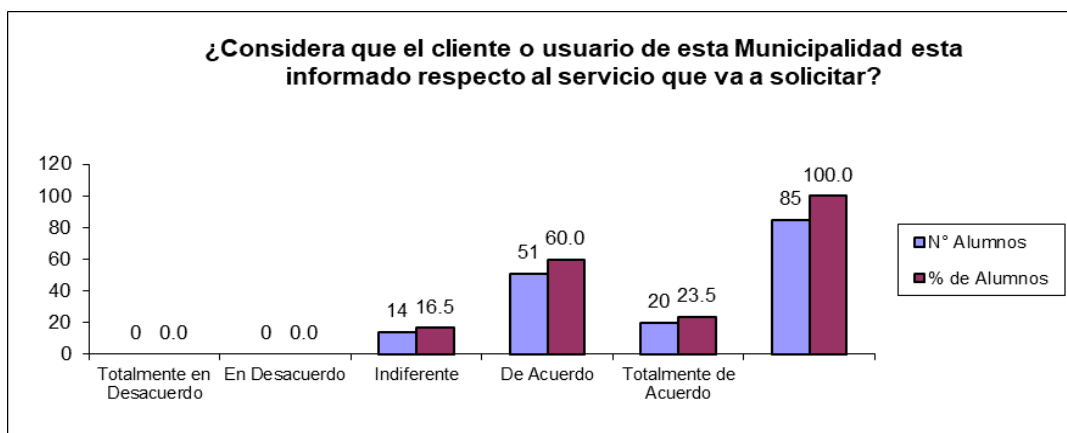


Gráfico N° 34: Considera que el cliente de esta Municipalidad está informado respecto al servicio que va a solicitar

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, considera que el cliente de esta municipalidad está informado respecto al servicio que va a solicitar, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 16.5% es indiferente, el 60.0% está de acuerdo y el 23.5% está totalmente de acuerdo.

### 4.5.2 Factor humano del empleado municipal para la Atención

#### Percepción de la Atención en la Municipalidad

Pregunta 01:

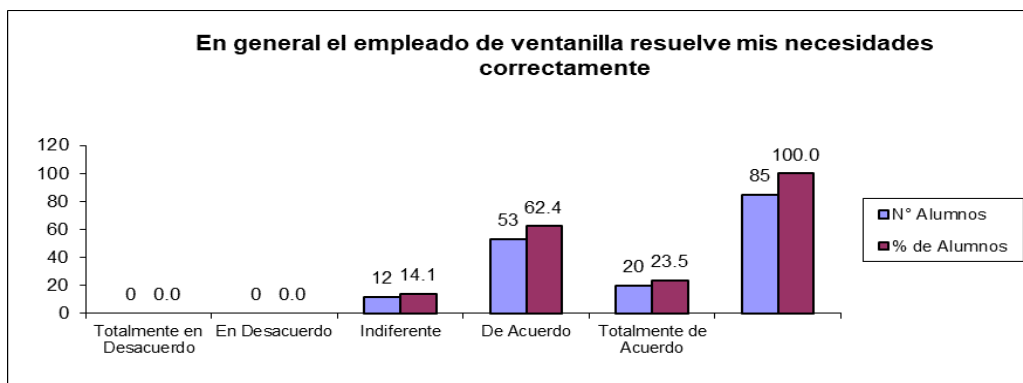


Gráfico N° 35: El empleado resuelve mis necesidades correctamente

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, en general el empleado de ventanilla resuelve mis necesidades correctamente, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 62.4% está de acuerdo y el 23.5% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 02:

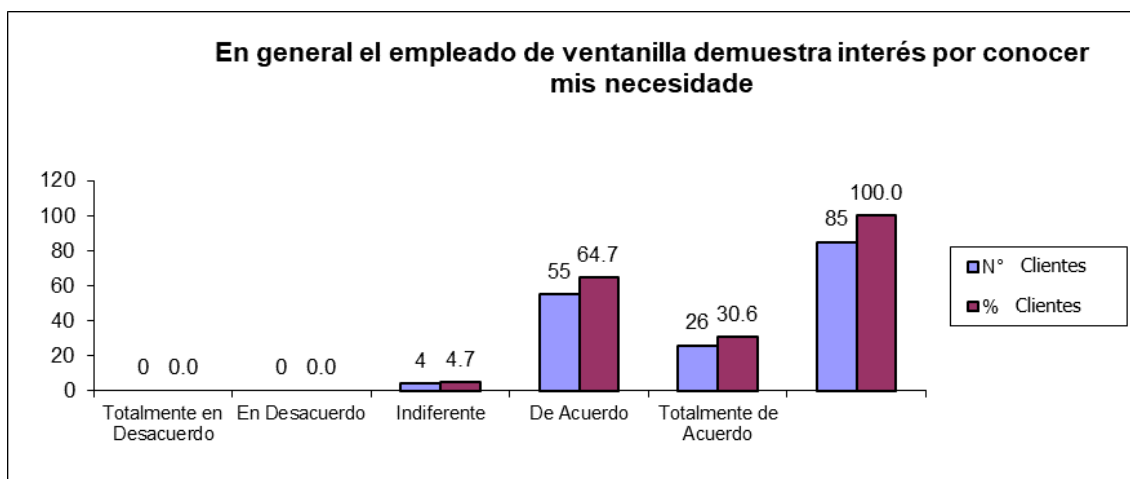


Gráfico N° 36: El empleado de ventanilla demuestra interés por conocer mis necesidades

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, en general el empleado de ventanilla demuestra interés por conocer mis necesidades, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 4.7% es indiferente, el 64.7% está de acuerdo y el 30.6% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 03:

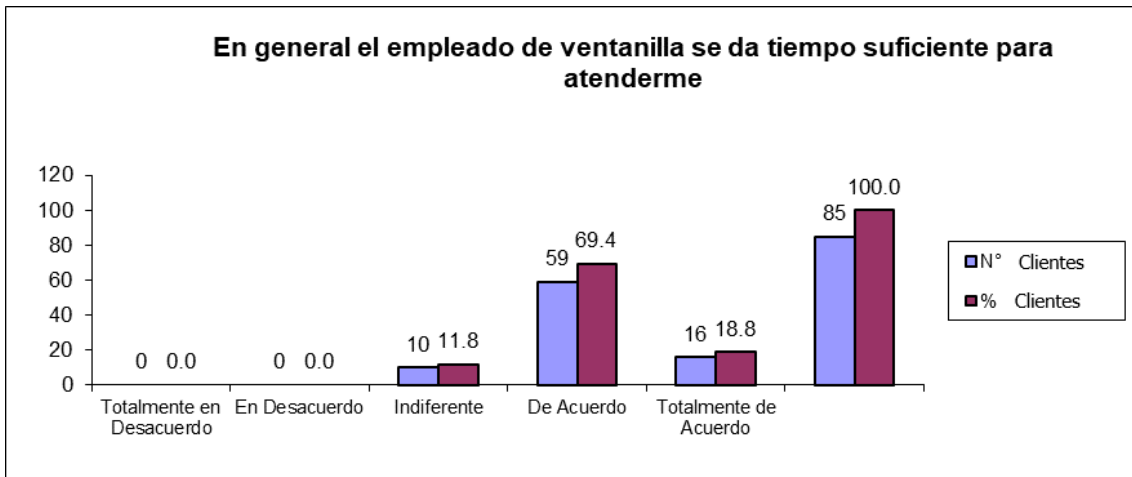


Gráfico N° 37: El empleado se da tiempo para atenderme

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, **En general el empleado de ventanilla se da tiempo suficiente para atenderme**, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 11.8% es indiferente, el 69.4% está de acuerdo y el 18.8% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 04:

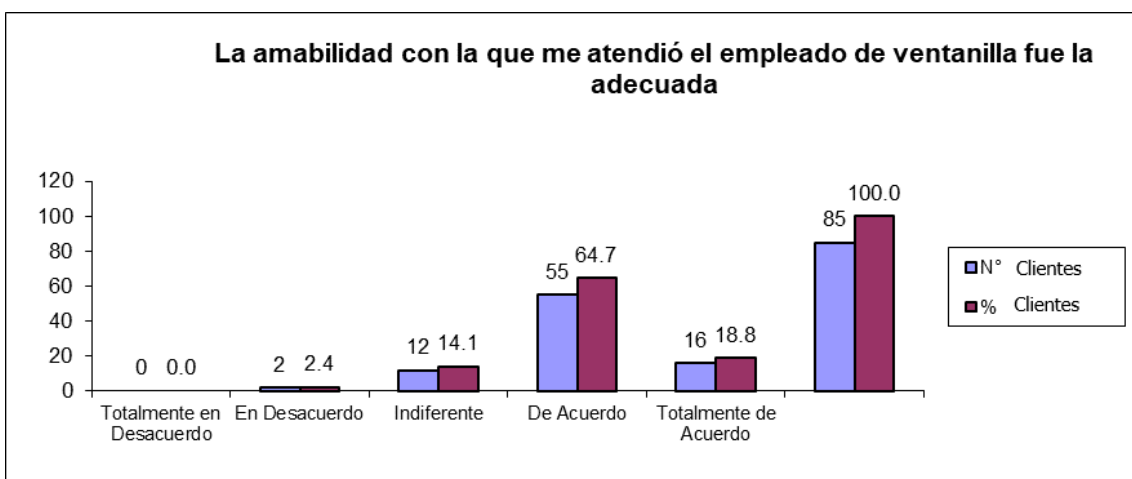


Gráfico N° 38: La amabilidad con la que me atendió el empleado fue la adecuada

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, la amabilidad con la que me atendió el empleado de ventanilla fue la adecuada, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 64.7% está de acuerdo y el 18.8% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 05:

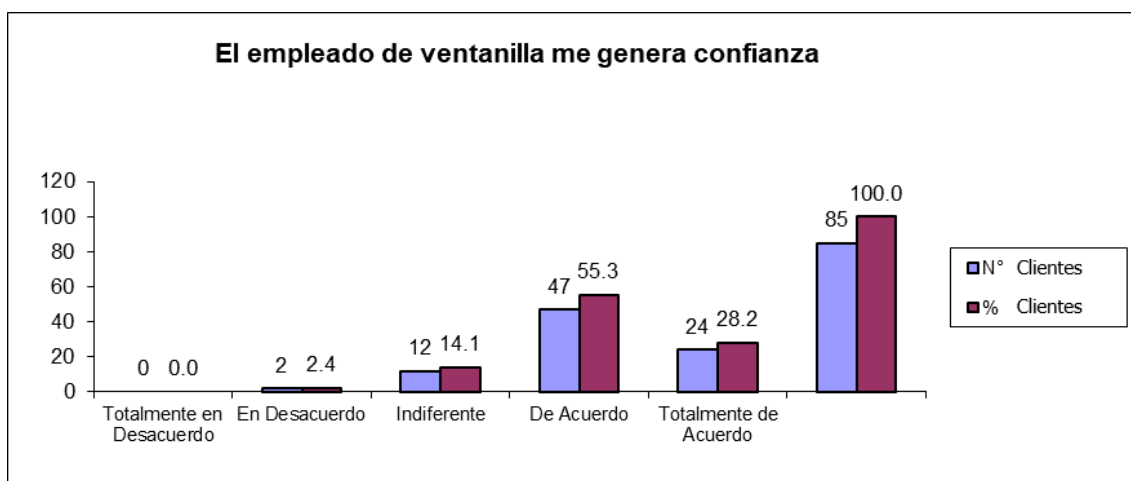


Gráfico N° 39: El empleado de ventanilla me genera confianza

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, el empleado de ventanilla me genera confianza, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 55.3% está de acuerdo y el 28.2% está totalmente de acuerdo.

### 4.5.3 Factor Organizativo para la Atención al cliente.

#### Expectativas de la Atención de los clientes

Pregunta 01:

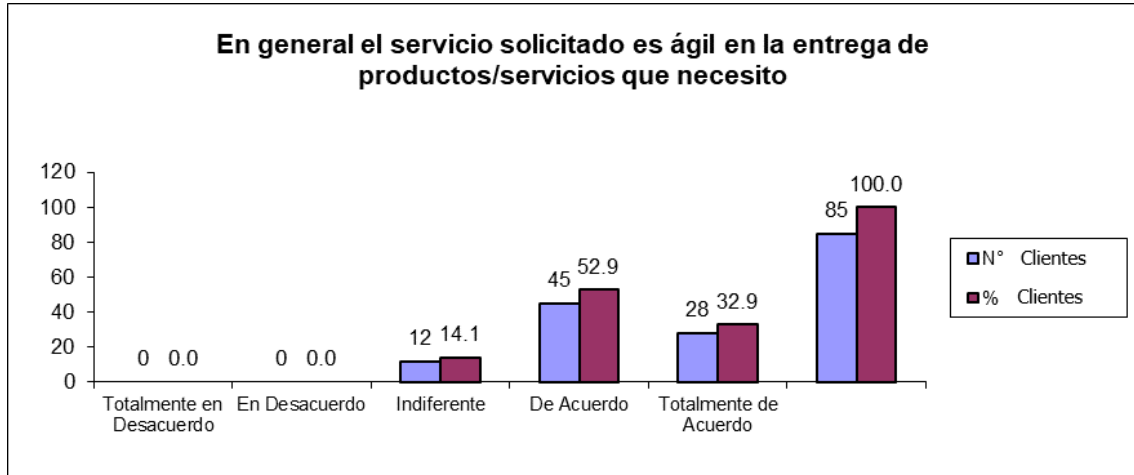


Gráfico N° 40: El servicio solicitado es ágil

Fuente: Elaboración propia

#### DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, en general el servicio solicitado es ágil en la entrega de productos/servicios que necesito, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 0.0% está en desacuerdo, el 14.1% es indiferente, el 52.9% está de acuerdo y el 32.9% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 02:

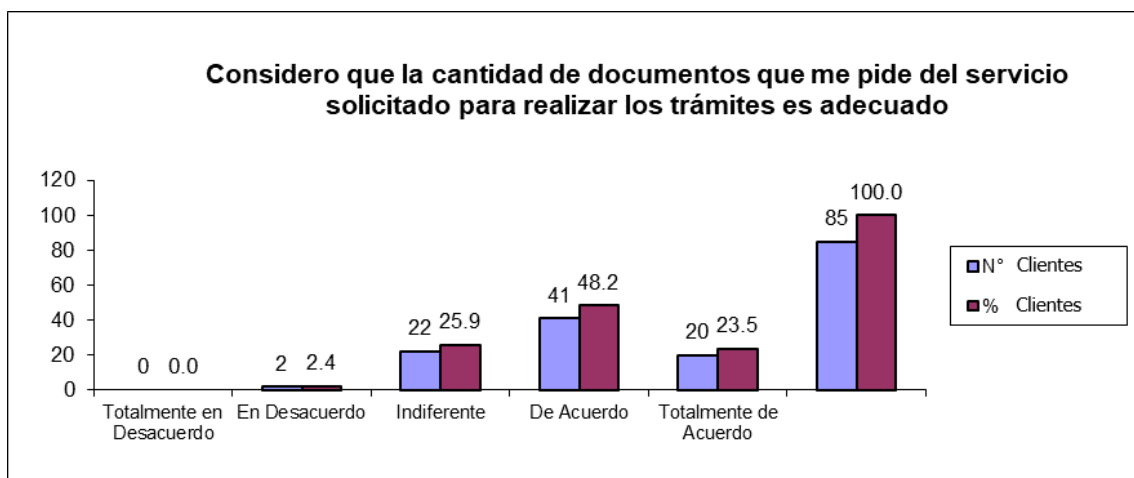


Gráfico N° 41: La cantidad de documentos que me piden es adecuado

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, considero que la cantidad de documentos que me piden del servicio solicitado para realizar los trámites es adecuado, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 25.9% es indiferente, el 48.2% está de acuerdo y el 23.5% está totalmente de acuerdo.

### 4.5.4 Factor Satisfacción de los Servicios de Atención Municipal.

#### Mejora de los Servicios de Atención Municipal

Pregunta 01:

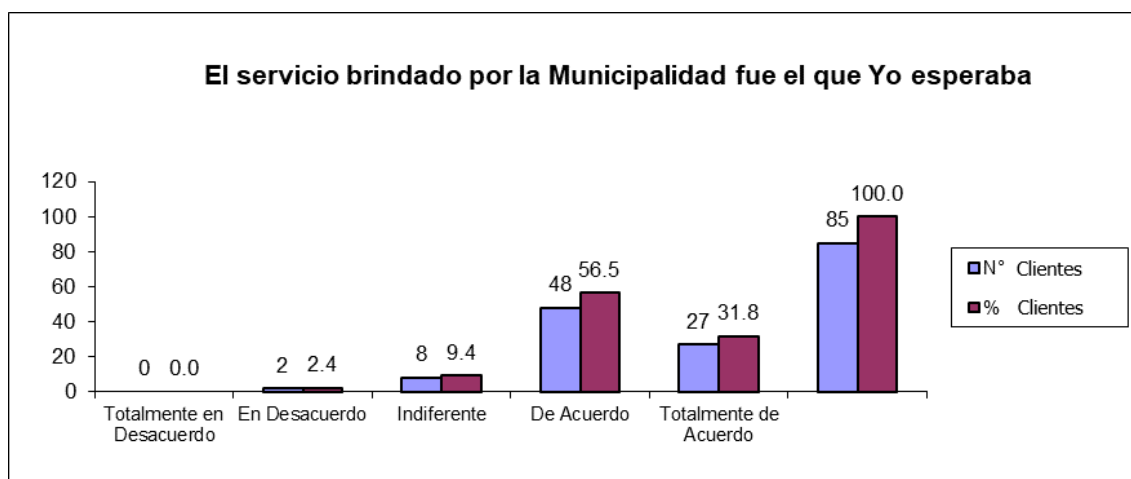


Gráfico N° 42: El servicio es el que Yo esperaba

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, el servicio brindado por la Municipalidad fue el que Yo esperaba, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 9.4% es indiferente, el 56.5% está de acuerdo y el 31.8% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 02:

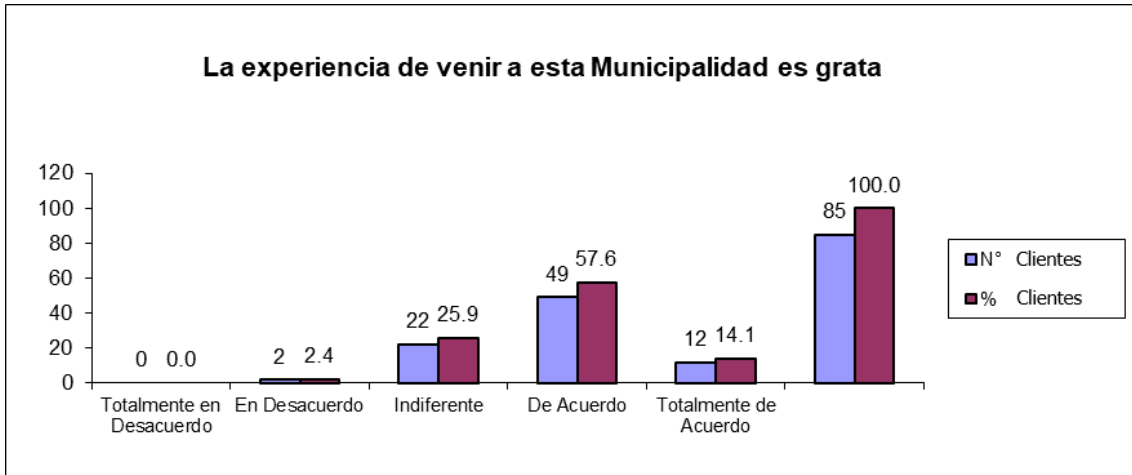


Gráfico N° 43: La experiencia de venir a esta Municipalidad es grata

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN:

De un total de 85 clientes, a la pregunta, la experiencia de venir a esta Municipalidad es grata, Se observa que el 0.0% está totalmente en desacuerdo, el 2.4% está en desacuerdo, el 25.9% es indiferente, el 57.6% está de acuerdo y el 14.1% está totalmente de acuerdo.

### 4.6 Contrastación de la Hipótesis en Función a la Aplicación del Modelo de Servicio

#### Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>)

La Propuesta de un Modelo de Servicio No Mejora Positivamente la Atención en la Municipalidad Distrital de Coishco

#### Hipótesis Alternativa (H<sub>a</sub>)

La Propuesta de un Modelo de Servicio Si Mejora Positivamente la Atención en la Municipalidad Distrital de Coihco.



Como resultado de esta investigación, podemos determinar que después de aplicar el modelo de servicio propuesto, los resultados establecidos en las correspondientes gráficas anteriores, podemos percibir cuantitativamente que después de aplicar este modelo como una herramienta de evaluación tiende a mejorar la Atención en la Municipalidad Distrital de Coishco, por lo tanto se demuestra que se cumple la hipótesis alternativa y se confirma la hipótesis de esta investigación, demostrando que su diseño cubre la mayor cantidad de elementos evaluativos relacionados con la mejora de la Atención del Servicio beneficiando a los clientes y por ende le da una mejor imagen a esta institución municipal.

**CAPÍTULO V:**  
**CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Conclusiones**

1. En el presente estudio se ha cumplido el objetivo general, ya que se ha diseñado, elaborado y aplicado el modelo de servicio y se ha logrado mejorar la atención de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco.
2. En la revisión bibliográfica, sobre modelos de calidad de servicio, visto y analizado el Modelo ServQual siendo el más usado con éxito, en este estudio ha sido usado como guía y adaptado al presente estudio.
3. Se logró determinar y describir las dimensiones y componentes del Modelo de Servicio lo que permitió su elaboración, en función a las percepciones y expectativas de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco.
4. A través del instrumento utilizado en la encuesta, y según los resultados obtenidos en la evaluación final del postest, se confirma la hipótesis de que, el modelo de servicio propuesto tiende a mejorar positivamente la Atención de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco.

5. Se logró establecer el proceso de evaluación del modelo de servicio para su aplicación en el postest lo cual demostró que mejora la atención de los clientes de la Municipalidad Distrital de Coishco.

## **5.2 Recomendaciones**

1. La Municipalidad Distrital de Coishco debe tomar en cuenta el presente modelo de Servicio propuesto, como base e implementarlo con el propósito de lograr mejorar la atención con el propósito de brindar un mejor servicio a su comunidad.
2. Tomar como base el modelo de servicio propuesto y aplicarlo a cualquier municipalidad para ver su eficiencia y funcionalidad del modelo en la mejora de la atención en este tipo de instituciones.
3. Tomar como base la metodología empleada en esta investigación con el objetivo de ampliar y mejorar el modelo de servicio teórico propuesto, incorporando nuevas variables e indicadores o bien profundizando en algunas parte del modelo, con el propósito evaluar su eficiencia y funcionalidad en la generación de una mejora de la atención en este tipo de organizaciones.

**CAPÍTULO VI:**  
**REFERENCIAS**  
**BIBLIOGRÁFICAS**

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Blog Calidad y Excelencia. (30 de enero de 2016). Blog Calidad y Excelencia. Obtenido de <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolución-del-concepto-de-gestionde-calidad/>

Congreso de la República. (2003). *Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N° 27972*. Lima, Lima, Perú: MEF.

Colunga, C. (1995). La calidad en el servicio. México: panorama editorial.

CASSINI, R (2008). Definición de modelo de gestión - Qué es, Significado y Concepto. [Documento en línea de modelo-de-gestion. España]. Disponible en <http://www.google.co.ve/search/definicion+de+modelo+de+gestion.pdf>

Congreso de la República. (2003). *Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N° 27972*. Lima, Lima, Perú: MEF.

Cronin, J.J. & Taylor, S. A. (1994). "Servperf versus servQual: reconciling performancebased and perceptions minus expectations measurement of service quality", in: Journal of Marketing, 58, 125-131.

Druker, P. (1990). El ejecutivo eficaz. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Fisher, L. y Navarro, V. (1994). Introducción a la investigación de mercado. 3ª edición, México: McGraw-hill Interamericana S.A. de C.V.

Gaither, T.F. (1983). Creative Customer Service Management, 13, 3.

Gutiérrez H. (1997). Calidad y productividad. McGraw-Hill Interamericana.

Grönroos, C. (1988). "Service Quality: the six criteria of Good service Quality", In: Review of Business. New York: ST. John's University Press.

- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Hernández, P. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34, 349-368. doi:[http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_DCIN.2011.v34.36463](http://dx.doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36463)
- Horovitz, J. (1990). *La calidad del servicio*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Huamán, R. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015*. Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado. Lima, Perú: UCV.
- Juran, & Gryna. (1995). *Análisis y planeación de la calidad*. México.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
- Lewis, R.C. & Booms, B.H. (1983). "The marketing aspects of service quality", in: berry, I.; shostack, G. & upah, G. (eds.). *Emerging Perspectives in Service Marketing*. Chicago: American Marketing Association, 99-107.
- Lovelock, C. H. (1983). "Classifying services to gain strategic marketing insights", in: *Journal of Marketing*, 47, 9-20.
- Matsumoto, R. (octubre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa. (U. C. Pablo, Ed.) *Perspectivas*(34), 181-209.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, I. (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research", in: *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.



- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, I. (1988). “ServQual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality”, in: *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A.; Berry, L. & Zeithaml, V. (1991a). “Refinement and reassessment of the servQual scale”, in: *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Peel, M. (1991). *El servicio al cliente*. España: Ediciones Deusto.
- Redhead, R. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el entorno de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Unidad de Postgrado. Lima, Perú: UNMSM.
- Rodríguez, L. (2017). *La gestión del servicio y la conformidad del usuario en el Centro MAC, Sede Callao – Lima 2016*. Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado. Lima, Perú: UCV.
- Rust, R.A. & Oliver, R.L. (1994). *Service quality. New directions in theory and practice*. California: Sage Publications.
- Tesis: MORENO VIDAL, Danicxa Geraldine (2021). “Percepción de la Calidad de Servicio Público en la Municipalidad Distrital de Pacora” Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Tesis de Pregrado. Chiclayo, Perú. Recuperado de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4016/1/TL\\_MorenoVidalDanicxa.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4016/1/TL_MorenoVidalDanicxa.pdf)
- Tesis: ORTIZ BORCHANI, Jaime Ulises (2019). “Calidad de Servicio y Satisfacción y Satisfacción del Usuario en la Sub Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la Municipalidad Distrital de Santa María – 2017”. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Tesis de Postgrado. Huacho, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/2845/Jaime%20Ulises%20Ortiz%20Borchani.pdf?sequence=1>

Tesis: SAAVEDRA PEREZ, J. (2018). “Propuesta de un Modelo de Calidad de Servicio para Mejorar la Calidad de la Atención en la Municipalidad Distrital de Moro” Universidad Nacional del Santa. Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática.

Tesis: YOMONA VISALOTH, Ana María (2019). “Gestión de la Calidad y la Satisfacción del Contribuyente en la Municipalidad de Lima Metropolitana 2018”. Universidad Peruana de las Américas, Tesis de Pregrado. Lima, Perú.  
Recuperado de  
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/664/TESIS-GESTI%C3%93N%20DE%20CALIDAD%20Y%20LA%20SATISFACI%C3%93N%20DEL%20CONTRIBUYENTE%20EN%20LA%20MUNICIPALIDAD..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vergara, M. (2014). *Dimensiones involucradas en la evaluación de Satisfacción usuaria hacia seguros de salud en Chile Parte II*. Universidad de Chile, Postgrado. Santiago, Chile: UCHILE.

Zeithalm, V.A. (1988). “Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence”, in: *Journal of Marketing*, 52, 2-22.

# **CAPÍTULO VII:**

## **ANEXOS**

## 7.1 ANEXO A:

### ANEXO: A

#### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE O USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO – PRETEST

Hora de Inicio	Fecha	Servicio

#### PRIMERA ENCUESTA

Se está realizando un estudio con el propósito de hacer una evaluación del servicio o los servicios que brinda la municipalidad. Esta información es estrictamente confidencial, y será utilizada solo estadísticamente, gracias por su sinceridad al contestar lo que se le pide:

#### A) FACTOR HUMANO DEL EMPLEADO MUNICIPAL

Clasifique su nivel de satisfacción por el servicio recibido por el personal de la Municipalidad, colocando una X de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- 1 = Muy en desacuerdo
- 2 = Algo en desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = Algo de acuerdo
- 5 = Muy de acuerdo

N°	PREGUNTAS A CONTESTAR	1	2	3	4	5
01	En general el empleado de ventanilla resuelve mis necesidades correctamente					
02	En general el empleado de ventanilla demuestra interés por conocer mis necesidades					
03	En general el empleado de ventanilla se da tiempo suficiente para atenderme					
04	La amabilidad con la que me atendió el empleado de ventanilla fue la adecuada					
05	El empleado de ventanilla me genera confianza					

### B) FACTOR ORGANIZATIVO

Clasifique su nivel de satisfacción por el servicio recibido por el personal de ventanilla de la Municipalidad, en cuanto a los aspectos operativo de operación, colocando una X de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- 1 = Muy en desacuerdo
- 2 = Algo en desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = Algo de acuerdo
- 5 = Muy de acuerdo

N°	PREGUNTAS A CONTESTAR	1	2	3	4	5
01	En general el servicio solicitado es ágil en la entrega de productos/servicios que necesito					
02	Considero que la cantidad de documentos que me pide del servicio solicitado para realizar los trámites es adecuado					

### C) FACTOR DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO MUNICIPAL

Conteste las siguientes preguntas sobre la satisfacción del servicio, considerando las siguientes puntuaciones:

- 1 = Muy en desacuerdo
- 2 = Algo en desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = Algo de acuerdo
- 5 = Muy de acuerdo

N°	PREGUNTAS A CONTESTAR	1	2	3	4	5
01	El servicio brindado por la Municipalidad fue el que Yo esperaba					
02	La experiencia de venir a esta Municipalidad es grata					

## 7.2 ANEXO B:

### ANEXO: B

#### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE O USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO – POSTEST APLICACIÓN DEL MODELO DE SERVICIO

Hora de Inicio	Fecha	Servicio

#### SEGUNDA ENCUESTA

Se está realizando un estudio con el propósito de hacer una evaluación del servicio o los servicios que brinda la municipalidad. Esta información es estrictamente confidencial, y será utilizada solo estadísticamente, gracias por su sinceridad al contestar lo que se le pide:

#### A) DIMENSIONES DE LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO

Clasifique su nivel de satisfacción por el servicio recibido por el personal de la Municipalidad, colocando una X de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- 1 = Muy en desacuerdo
- 2 = Algo en desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = Algo de acuerdo
- 5 = Muy de acuerdo

Nº	TANGIBILIDAD: Preguntas a contestar	1	2	3	4	5
01	¿La Municipalidad cuenta con equipos modernos y atractivos?					
02	¿Las instalaciones de la municipalidad son físicamente atractivas?					
03	¿Los empleados de la municipalidad tienen apariencia impecable?					
04	¿Los materiales (folletos, estado de cuentas y similares son a simple vista llamativos)?					
05	¿La Municipalidad tiene el personal suficiente para una buena atención de los clientes?					
	FIABILIDAD: Preguntas a contestar					
06	¿Cuándo el personal de la Municipalidad promete hacer algún servicio en un tiempo determinado, lo llega a					

	cumplir?					
07	¿Cuándo Ud. tiene algún inconveniente con la atención en la Municipalidad, el personal encargado muestran un sincero interés en resolverlo?					
08	¿La Municipalidad realizó un buen servicio la primera vez que fue atendido?					
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA: Preguntas a contestar</b>					
09	¿Los empleados les informan en que tiempo lo atenderán?					
10	¿Los empleados atienden en forma puntual?					
11	¿Los empleados están dispuestos a ayudar a los clientes o usuarios sobre alguna duda o requerimiento?					
12	¿Los empleados de la Municipalidad siempre están dispuestos a responder las preguntas de los clientes?					
	<b>SEGURIDAD: Preguntas a responder</b>					
13	¿El comportamiento de los empleados de la Municipalidad le transmite confianza?					
14	Ud. ¿Se siente seguro al realizar sus trámites con la Municipalidad?					
15	¿Los empleados de la Municipalidad son amables y educados con Ud.?					
16	¿Los empleados tienen el conocimiento necesario para absolver sus preguntas relacionadas con solicitud?					
	<b>EMPATÍA: Preguntas a contestar</b>					
17	¿La Municipalidad le brinda una atención personalizada?					
18	¿La Municipalidad tiene horarios flexibles para todos sus clientes?					
19	¿La Municipalidad tiene empleados que están atentos a sus necesidades y deseos?					
20	¿La Municipalidad se preocupa por los mejores intereses de sus clientes o usuarios?					
	<b>PROFESIONALIZMO: Preguntas a responder</b>					
21	¿Considera que el personal que atiende en ventanilla es altamente calificado?					
	<b>COMUNICACIÓN: Preguntas a responder</b>					
22	¿Considera que el cliente o usuario de esta Municipalidad esta informado respecto al servicio que va a solicitar?					

**SERVICIO ESPERADO Y SERVICIO PERCIBIDO DE LA MUNICIPALIDAD.**

**B) FACTOR HUMANO DEL EMPLEADO MUNICIPAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE**

Clasifique su nivel de satisfacción por el servicio recibido por el personal de la Municipalidad, colocando una X de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- 1 = Muy en desacuerdo
- 2 = Algo en desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = Algo de acuerdo
- 5 = Muy de acuerdo

N°	CONTESTAR	1	2	3	4	5
01	En general el empleado de ventanilla resuelve mis necesidades correctamente					
02	En general el empleado de ventanilla demuestra interés por conocer mis necesidades					
03	En general el empleado de ventanilla se da tiempo suficiente para atenderme					
04	La amabilidad con la que me atendió el empleado de ventanilla fue la adecuada					
05	El empleado de ventanilla me genera confianza					

### C) FACTOR ORGANIZATIVO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Clasifique su nivel de satisfacción por el servicio recibido por el personal de ventanilla de la Municipalidad, en cuanto a los aspectos operativo de operación, colocando una X de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- 1 = Muy en desacuerdo
- 2 = Algo en desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = Algo de acuerdo
- 5 = Muy de acuerdo

N°	CONTESTAR	1	2	3	4	5
01	En general el servicio solicitado es ágil en la entrega de productos/servicios que necesito					
02	Considero que la cantidad de documentos que me pide del servicio solicitado para realizar los trámites es adecuado					

### D) FACTOR DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE LA ATENCIÓN MUNICIPAL

Conteste las siguientes preguntas sobre la satisfacción del servicio, considerando las siguientes puntuaciones:

- 1 = Muy en desacuerdo
- 2 = Algo en desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = Algo de acuerdo
- 5 = Muy de acuerdo

N°	CONTESTAR	1	2	3	4	5
01	El servicio brindado por la Municipalidad fue el que Yo esperaba					
02	La experiencia de venir a esta Municipalidad es grata					



## 7.3 ANEXO C:

### ANEXO: C CAPACITACIÓN

Tabla N° 06: Plan de Capacitación.

<b>PLAN DE CAPACITACIÓN</b>	
TEMA: CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN	
LUGAR: AMBIENTE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO	
TIPO DE EVENTO: SEMINARIO	
CAPACITADOR: JEFE DE RECURSOS HUMANOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO	
PARTICIPANTES: JEFES DE LOS SERVICIOS Y EMPLEADOS DE VENTANILLAS DE ATENCIÓN	
<b>ACTIVIDADES A DESARROLLAR</b>	<b>OBJETIVOS</b>
<p><b>1. APERTURA</b>  <b>Sensibilizar</b> a través de la participación dinámica de los participantes, con el propósito de despertar el interés y el entusiasmo de seguir participando de este seminario y lograr de esta manera un compromiso sostenible</p>	<p>- Crear un ambiente de confianza y compromiso.</p>
<p><b>2. CALIDAD DE SERVICIO DE ATENCIÓN</b>  <b>1) Explicar que calidad de servicio de atención</b> es exceder las expectativas de nuestros clientes o usuarios a través del correcto conocimiento de los servicios de atención que brinda la Municipalidad Distrital de Coishco, haciendo uso de la cordialidad, el respeto y la empatía hacia nuestro cliente o usuario. Explicar que el cliente o usuario es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El que recibe el servicio.</li> <li>- Quien tiene una necesidad.</li> <li>- El que define la calidad del servicio.</li> <li>- El que evalúa el desempeño como prestador de servicio.</li> <li>- El que justifica su permanencia como empleado.</li> <li>- El que no siempre tiene la razón pero, pero va primero.</li> </ul> <p><b>2) Hablar que la imagen de la institución</b>, la hace los trabajadores que la forman. Indicando que una imagen positiva se crea con: La imagen personal, el lenguaje corporal y verbal y una vestimenta adecuada.</p> <p>- <b>Limpieza personal.</b> La higiene personal habla bien de las personas que la aplican, denotan cuidado, interés y aspiración</p>	<p>- Que el empleado aplique la cultura de calidad de servicio y que su trabajo lo realice con dedicación y esmero.</p> <p>- Que los participantes proporcionen críticas constructivas.</p>

<p>profesional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza de las instalaciones. Mantener cada ambiente de la Municipalidad distrital de Coishco en óptimas condiciones en cuanto a limpieza.</li> </ul> <p><b>- Limpieza y orden en el puesto de trabajo.</b> El empleado debe aplicar orden, limpieza, organización, conservación y disciplina en el puesto de trabajo, para así dar buena imagen.</p> <p><b>3) Hablar sobre el Protocolo Telefónico.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Saludo:</b> Buenos días o buenas tardes, gracias por llamar a la Municipalidad de Coishco. ¿En que puedo ayudarle?</li> <li>- <b>Despedida:</b> ¿Le puedo ayudar en algo más?</li> </ul> <p><b>4) Hablar sobre el Protocolo Personal.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Saludo:</b> Buenos días o buenas tardes, mi nombre es "XXX" . ¿En que puedo ayudarle?</li> <li>- <b>Despedida:</b> ¿Le puedo ayudar en algo más? (Esperar que responda, si necesita algo, sino despídase con: <b>Fue un gusto atenderle</b>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que los empleados apliquen la forma correcta de contestar el teléfono.</li> <li>- Qué todos los empleados apliquen siempre este valor agregado.</li> </ul>
<p><b>3. CULTURA DE SERVICIO DE ATENCIÓN:</b> Hablar sobre:</p> <p><b>1) Qué es Servicio de Atención.</b> Un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de los clientes o usuarios.</p> <p><b>2) Qué es Cultura de Servicio de Atención.</b> Es la que influye en la gente para comportarse y relacionarse con métodos orientados hacia el servicio o hacia la premisa "El cliente o usuario es primero"</p> <p><b>3) Estándares de la Cultura de Servicio de Atención.</b> Son directrices que establecen como debe brindarse el servicio de atención a nuestro cliente o usuario.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Cortesía.</b> Trate al cliente o usuario como lo más importante de su trabajo. Sea asertivo, maneje las situaciones, escuche con atención, cuide su imagen personal, practique el hábito personal.</li> <li>- <b>Responsabilidad.</b> En cuanto a administración del tiempo, puntualidad y la solución de imprevistos.</li> <li>- <b>Efectividad.</b> No prometa en exceso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lograr un mejor conocimiento sobre la Cultura de Calidad de Servicio de Atención.</li> </ul>

<p><b>4) Expectativas de los clientes o usuarios.</b> Niveles de Expectativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Básico. Es lo mínimo indispensable que se espera.</li> <li>- Esperado. Es el que esta representado de acuerdo al costo del servicio.</li> <li>- Deseado. Es el que le gustaría recibir.</li> <li>- Inesperado. Es cuando se mejora el servicio o se incrementa el costo del servicio.</li> </ul>	
<p><b>4. SATISFACCIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES O USUARIOS.</b> Hablar sobre:</p> <p><b>1) Satisfacción de nuestro cliente o usuario.</b> El cliente o usuario es el componente esencial para incrementar la competitividad de Municipalidad Distrital de Coishco.</p> <p><b>2) La identificación de sus necesidades y expectativas</b> de nuestros clientes o usuarios es fundamental para alcanzar su satisfacción.</p> <p><b>3) Formas de satisfacción</b> y retención del cliente o usuario.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer un servicio de calidad</li> <li>- Cumplir con lo ofrecido</li> <li>- Brindar un buen servicio al cliente</li> <li>- Brindar atención personalizada</li> <li>- Brindar una atención rápida</li> <li>- Brindar un servicio extra.</li> </ul> <p><b>4) Medición de satisfacción del cliente o usuario.</b> Son técnicas e instrumentos que permiten medir la calidad de la atención al cliente o usuario.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuestas</li> <li>- Entrevistas</li> <li>- Buzón de sugerencias. Permiten recoger las sugerencias, quejas y reclamaciones de los clientes o usuarios, sobre el funcionamiento de los servicios de atención y servicios en general que brinda la Municipalidad Distrital de Coishco, con el fin de mejorar su funcionamiento y hacer las correcciones y mejoras pertinentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medir algunos aspectos y fallas para mejorarlas e implementar nuevas estrategias para alcanzar el éxito de la Municipalidad Distrital de Coishco como Institución.</li> </ul>
<p><b>5. CIERRE DEL SEMINARIO</b></p>	

Fuente: Elaboración Propia



## DECLARACION JURADA DE AUTORÍA

Yo, Percy Marlon, Morales Lucero

Bachiller de la

Facultad:	Ciencias		Educación		Ingeniería	
Escuela Profesional:	Ingeniería de Sistemas e Informática					
Departamento Académico:						
Escuela de Posgrado	Maestría		Doctorado			

Programa: Ingeniería de Sistemas e Informática

De la Universidad Nacional del Santa; Declaro que el trabajo de investigación intitulado:

“MODELO DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO”

presentado en folios, para la obtención del Título Profesional ( 116 )

Título profesional: ( X ) Investigación anual: ( )

- He citado todas las fuentes empleadas, no he utilizado otra fuente distinta a las declaradas en el presente trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido presentado con anterioridad ni completa ni parcialmente para la obtención de grado académico o título profesional.
- Comprendo que el trabajo de investigación será público y por lo tanto sujeto a ser revisado electrónicamente para la detección de plagio por el VRIN.
- De encontrarse uso de material intelectual sin el reconocimiento de su fuente o autor,

Nuevo Chimbote, 14 de diciembre de 2022

Firma:

Nombres y Apellidos: Percy Marlon, Morales Lucero

DNI: 32945827