UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DE LA GERENCIA DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CORONEL PORTILLO 2021.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

CONTADOR PÚBLICO

ACTUARI FASABI AUGUSTO SERGIO

GARCÍA OCHOA LENY

PUCALLPA – PERÚ

2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMISION DE GRADOS Y TITULOS

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE: CONTADOR PÚBLICO

Siendo las 8:00 hrs. del día Viernes 25 de Febrero del 2022, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento de General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Pedro Julián Ormeño Carmona (Presidente), Mg. Severino Antonio Guerra Da Silva (Miembro) y CPC. Jorge Armando Palacios Valera(Miembro)**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DE LA GERENCIA DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CORONEL PORTILLO 2021.",** por el/la/los Bachilleres en Contabilidad: **Augusto Sergio Actuari Fasabi, EN FORMA PRESENCIAL**:

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
b) Aprobado por unanimidad
c) Aprobado por mayoría
d) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

APROBADO POR MAYORÍA

Siendo las 9:15 hrs. del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

Dr. Pedro Julian Ormeño Carmona
Presidente

Mg. Severino Antonio Guerra Da Silva
Miembro

CPC. Jorge Armando Palacios Valera
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali SECRETARIO PUCALLPA

Mg. Alex Davis Astohuaman Huaranga
Secretario Académico

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMISION DE GRADOS Y TITULOS

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE: CONTADOR PÚBLICO

Siendo las 8:00 A.m. del día Viernes 25 de Febrero del 2022, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento de General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Pedro Julián Ormeño Carmona (Presidente), Mg. Severino Antonio Guerra Da Silva (Miembro) y CPC. Jorge Armando Palacios Valera(Miembro)**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DE LA GERENCIA DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CORONEL PORTILLO 2021."**, por el/la/los Bachilleres en Contabilidad: **Leny García Ochoa, EN FORMA PRESENCIAL**:

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

e) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
f) Aprobado por unanimidad
g) Aprobado por mayoría
h) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

APROBADO POR MAYORÍA

Siendo las 9:15 A.m. del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

Dr. Pedro Julian Ormeño Carmona
Presidente

Mg. Severino Antonio Guerra Da Silva
Miembro

CPC. Jorge Armando Palacios Valera
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali SECRETARIO PUCALLPA

Mg. Alex Davis Astohuaman Huaranga
Secretario Académico

ACTA DE APROBACIÓN

La presente tesis fue aprobada por los miembros del jurado Evaluador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali como requisito para optar el Título Profesional de Contador Público.

Dr. Pedro Julián Ormeño Carmona

Presidente

Mg. Severino Antonio Guerra Da Silva

Miembro

CPC. Jorge Armando Palacios Valera

Miembro

Dr. Lincoln Fritz Cachay Reyes

Asesor

Bach. Augusto Sergio Actuari Fasabi

Tesista

Bach. Leny García Ochoa

Tesista

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION

SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

N°0576-2021

La **Dirección de Producción Intelectual**, hace constar por la presente, que el **Informe final de Tesis, titulado:**

"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DE LA GERENCIA DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CORONEL PORTILLO 2021"

Cuyo(s) autor (es)	:	**ACTUARI FASABI AUGUSTO SERGIO** **GARCÍA OCHOA LENY.**
Facultad	:	**CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**
Escuela Profesional	:	**CONTABILIDAD.**
Asesor(a)	:	**DR. CACHAY REYES, LINCOLN FRITZ.**

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 1%.**
En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se FIRMA Y SELLA la presente constancia

FECHA 29/12/2021

Dr. ABRAHAM ERMITANIO HUAMAN ALMIRON
Dirección de Producción Intelectual

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, AUGUSTO SERGIO ACTUARI FASABI
Autor de la TESIS titulada:
"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DE LA GERENCIA DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CORONEL PORTILLO, 2021".

Sustentada el año: 2022
Con la asesoría de: DR. LINCOLN FRITZ CALHAY NEVES
En la Facultad de: CS. ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Carrera Profesional de: CONTABILIDAD

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable,** para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [X] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 25 / 02 / 2022

Email: augusto-actuari@hotmail.com Firma:

Teléfono: 960 749 044 DNI: 47257457

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, LENY GARCIA OCHOA
Autor de la TESIS titulada:
"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DE LA GERENCIA DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONOMICO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CORONEL PORTILLO, 2021".

Sustentada el año: 2022
Con la asesoría de: DR. LINCOLN FAITZ CACHAY REYES
En la Facultad de: CS. ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Carrera Profesional de: CONTABILIDAD

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [X] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 25 / 02 / 2022

Email: garcia ochoalenin@gmail.com
Firma:
Teléfono: 960 749 049
DNI: 47 049 207

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a Dios, por permitirnos afrontar y superar este reto. A nuestros padres, que me dejaron el legado más importante, la búsqueda incesante de conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la, Universidad Nacional de Ucayali, por proporcionarnos la oportunidad de tener nuestra carrera profesional y así apoyar al desarrollo de nuestra región y nuestro país.

INDICE DE CONTENIDO

Pág.

ACTA DE SUSTENTACIÓN ……..……...ii

ACTA DE SUSTENTACIÓN ……..…iii

ACTA DE APROBACIÓN ……..……..…iv

CONSNTACIA ORIGINALIDAD…….……v

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS…….…..vi

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS…….……..vii

DEDICATORIA …..……viii

AGRADECIMIENTO ……..……..ix

ÍNDICE DE CONTENIDO ……..……x

ÍNDICE DE TABLAS ……..……xiii

ÍNDICE DE FIGURAS……..…xiv

ÍNDICE DE ANEXOS……xv

RESUMEN……..xvi

ABSTRACT……xvii

INTRODUCCION……....xviii

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN…..……....1

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA…….....1

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA…….....2

1.3 OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS..,…….3

1.4 HIPÓTESIS Y/O SISTEMAS DE HIPÓTESIS……..……..4

1.5 VARIABLES …….……6

1.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES……....7

1.7 JUSTIFICACIÓN…….……..……..8

CAPITULO II: MARCO TEORICO…….……..10

2.1 ANTECEDENTES…….……...10

2.2 BASES TEÓRICAS……..…….... 16

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS……..……..102

CAPITULO III: METODOLOGIA ….……..…113

3.1 MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN…….……...113

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.…….……....113

3.3 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS……114

3.4 PROCESAMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS ……..115

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS……..115

3.6 TRATAMIENTO DE LOS DATOS…....…….……...115

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DIFUSION…….……..117

4.1 RESULTADOS……..…….....117

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES……..…130

5.1 CONCLUSIONES……130

5.2 RECOMENDACIONES…….……131

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS……...……..132

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Resultados de la Variable 1 Calidad de Servicio 117

Tabla N° 2. Resultados de la Variable 2 Satisfacción de Usuarios..... 118

Tabla N° 3. Resultados de la Dimensión Empatía del Personal y la Satisfacción de Usuarios 120

Tabla N° 4. Resultados de la Dimensión Elementos Intangibles y Satisfacción de Usuarios 121

Tabla N° 5. Resultados de la dimensión Competencia del Personal y Satisfacción de Usuarios 123

Tabla N°6. Resultados de la dimensión Comunicación que maneja el Personal y Satisfacción de Usuarios 124

Tabla N° 7. Prueba de Hipótesis entre la calidad de servicio y satisfacción de usuarios 126

Tabla N° 8. Prueba de Hipótesis entre la Empatía del Personal y la Satisfacción de Usuarios 127

Tabla N° 9. Prueba de Hipótesis entre la dimensión: Elementos Intangibles y la Satisfacción de Usuarios 128

Tabla N° 10. Prueba de Hipótesis entre la dimensión Competencia del Personal y la Satisfacción de Usuarios 129

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. PRESIONES A LAS QUE ESTÁN SOMETIDOS LOS EMPLEADOS DE CONTACTO…….....34

FIGURA 2. RELACIÓN ENTRE CARACTERÍSTICAS Y REQUISITOS 56

FIGURA 3. RESULTADOS DE LA VARIABLE 1 CALIDAD DE SERVICIO…118

FIGURA 4. RESULTADOS DE LA VARIABLE 2 SATISFACCIÓN DE USUARIOS…….……119

FIGURA 5. RESULTADOS DE EMPATÍA DEL PERSONAL Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS…….……..121

FIGURA 6. RESULTADOS DE ELEMENTOS INTANGIBLES Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS……..……..122

FIGURA 7. RESULTADOS COMPETENCIA DE PERSONAL Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS…….....123

FIGURA 8. RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN COMUNICACIÓN QUE MANEJA EL PERSONAL Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS ……....125

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. CUESTIONARIODE LIDAD DE SERVICIOS…….……135

ANEXO 2. INSTRUMENTO 2: SATISFACCIÓN DE USUARIOS……..….136

ANEXO 3. MATRIZ DE CONSISTENCIA…..…….……..…...137

RESUMEN

El análisis esta realizado con la finalidad de Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la gerencia de desarrollo social y económico de la municipalidad provincial de coronel portillo, se busca la mejorar la calidad de servicio para conseguir un buen nivel de la satisfacción de los usuarios. El presente estudio se desarrolló con el método descriptivo correlacional, la población está representada por 384, 168 habitantes, La muestra se determinó el tamaño de muestra a un nivel de confianza del 99% , un error del 10%, probabilidad de éxito del 50%. Sumando un total 166 usuarios, con dos instrumentos de cuestiones cerradas con 13 ítems cada uno, 3 alternativas de respuesta, las preguntas se analizaron en el programa Excel, y el análisis de los datos se realizó mediante la prueba estadística de coeficiente de correlación de a la prueba de Rho de Spearman, en el sistema (SPSSv24). Como una de las conclusiones se consideró que si hay relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo, debido a los resultados que se observa en el valor “p” asociado de 0.009 es menor a 0.05, lo cual la prueba Rho de Spearman si fue significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis general de investigación, se define que la calidad de servicio si se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

Palabras clave: la calidad de servicio, satisfacción de los usuarios.

ABSTRACT

The analysis is carried out with the purpose of determining the relationship between the quality of service with the satisfaction of the users of the Management of Social and Economic Development of the Provincial Municipality of Coronel Portillo, it seeks to improve the quality of service to achieve a good level of user satisfaction. The present study was developed with the descriptive correlational method, the population is represented by 384, 168 inhabitants, the sample size was determined at a confidence level of 99%, an error of 10%, probability of success of 50%. Totaling a total of 166 users, with two instruments of closed questions with 13 items each, 3 response alternatives, the questions were analyzed in the Excel program, and data analysis was performed using the statistical test of correlation coefficient of to Spearman's Rho test, in the system (SPSSv24). As one of the conclusions it was considered that there is a significant relationship between the variables quality of service and satisfaction of users of the Management of Social and Economic Development of the Provincial Municipality of Coronel Portillo, due to the results observed in the associated "p" value of 0.009 is less than 0.05, which Spearman's Rho test if it was significant, therefore, the general hypothesis of research is accepted, it is defined that the quality of service if it is related to the satisfaction of users.

Keywords: service quality, user satisfaction.

INTRODUCCION

Según la norma ISO 9000:2005, la calidad es el grado en que un conjunto de características inherentes satisface los requisitos, teniendo como inherente la existencia de algo, especialmente como característica permanente estableciendo así una relación entre un conjunto de características y los requisitos (BSI, 2005). El objetivo principal de cualquier empresa es ganar dinero y mantenerse en el negocio (BSI, 2005). Esto significa ofrecer un producto o servicio que satisfaga las demandas y requisitos del mercado.

Izard (2007) afirma que "la satisfacción del cliente se considera una estimación que se produce a partir de la elección de una determinada circunstancia de compra". Así, la gente las personas entran en un proceso de compra con ciertas expectativas sobre un determinado producto o sobre una determinada prestación de servicios.

El presente estudio se desarrolló con el método descriptivo correlacional, la población está representada por 384, 168 habitantes, La muestra se determinó el tamaño de muestra a un nivel de confianza del 99% , un error del 10%, probabilidad de éxito del 50%. Sumando un total 166 usuarios, con dos instrumentos de cuestiones cerradas con 13 ítems cada uno, 3 alternativas de respuesta, las preguntas se analizaron en el programa Excel, y el análisis de los datos se realizó mediante la prueba estadística de coeficiente de correlación de a la prueba de Rho de Spearman, en el sistema (SPSSv24).

En los gobiernos locales el beneficio de los servicios requiere siempre de una mejora constante que esperan los usuarios en el cambio cultural, laboral, profesional, técnico humano que todos queremos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día la problemática que se presenta en las instituciones es con respecto al nivel de calidad de servicio que éstas brindan porque es un tema de gran importancia, debido a que la calidad de servicio es un requerimiento por parte de los compradores a cambio de un desembolso que estas realizan en forma directa e indirecta. Es una obligación incondicional de la administración pública y privada. La calidad de servicio debe tener una cualidad que se designa consistencia.

Es decir, deberá ser permanente, ofreciendo el mismo ras de forma inmutable y continua a lo largo del lapso, a esto debe sumársele que todo servicio deberá ser además agradable, amable y respetuoso. En consecuencia, deberá soportar de una forma tan natural que será confiado para el usuario. Los municipios, ofrecen una cadena de servicios y también se deben formar como empresas competitivas para suplir las necesidades de sus usuarios como toda organización, sus acciones deben ser enfocadas y reglamentadas bajo el complimiento de situaciones en documentaciones de gestión bajo modelos de alta competencia.

La calidad de servicio debe tener un modo que se designa estabilidad. De tal modo, deberá ser indestructible, brindando idéntica

altura de carácter sostenible en el tiempo, a esto debe anexar que todo servicio corresponderá ser además interesante, afable y educado. Deberá tolerar de un modo tan natural que será confiado para el usuario. En todas las ocupaciones que se desempeñe de la administración pública, la meta será la misma: Suministrar servicios que forjen un valor que ayude al bienestar de los usuarios. El beneficio de los servicios requiere siempre de una mejora constante que esperan los usuarios en el cambio cultural, laboral, profesional, técnico humano que todos queremos.

En consecuencia, creamos una indagación en el tema señalado en la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo específicamente en la Gerencia de Desarrollo Social y Económico, que se divide en sub áreas: Unidad local de empadronamiento, Sub Gerencia de educación y promoción de la Juventud, Sub gerencia de desarrollo social, sub gerencia de desarrollo económico y la sub gerencia de programas sociales, ya que es una entidad pública la cual ofrece servicios a los usuarios, para que ellos estén contentos por el servicio de atención que recogieron en la mencionada institución.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

- ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo

Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre la empatía del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021?
- ¿Qué relación existe entre los elementos intangibles con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021?
- ¿Qué relación existe entre la competencia del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021?.
- ¿ Qué relación existe entre a comunicación que maneja el personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

- Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre la empatía del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.

- Determinar la relación que existe entre los elementos intangibles con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.
- Determinar la relación que existe entre la competencia del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.

- Determinar la relación que existe entre la comunicación que maneja el personal con la satisfacción de los usuarios de la

Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.

1.4. HIPOTESIS Y/O SISTEMA DE HIPOTESIS

1.4.1. Hipótesis general

- Existe relación entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.

1.4.2. Hipótesis especificas

- Existe relación entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.
- Existe relación directa entre los elementos intangibles con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.
- Existe relación directa entre la competencia del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.
- Existe relación directa entre la comunicación que maneja el personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021”

1.5 VARIABLES

1.5.1. Variable 1

- Calidad de Servicio

Dimensiones

- Empatía del personal
- Elementos intangibles
- Competencia del personal
- Comunicación que maneja el personal

1.5.2. Variable 2

- Satisfacción de usuarios

Dimensiones

- Fiabilidad
- Seguridad
- Capacidad de Respuesta
- Empatía

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1. Operacionacionalización de las variables de estudio

Variables	Dimensiones	Indicadores
Variable 1 Calidad de Servicio	• Empatía del personal.	- Beneficencia: condiciones y asegurar el bienestar. - Dignidad Humana: Permite a los participantes tomar una decisión con el respeto y la justicia. - Participación voluntaria: Todas los encuestados lo hizo voluntariamente. - Consentimiento Informado: Se aplica la encuesta con personas voluntarias a participar en el estudio. - Privacidad: La información que se recibe en el estudio de investigación se tiene en secreto sin exhibirla en completa privacidad. - Justicia: Los participantes reciben un trato amable equitativo en el proceso de investigación.
		- El capital humano: Habilidades
	Elementos intangibles.	Formación Conocimiento - Capital de información: Sistemas Bases de datos Redes - Capital organizativo: Cultura Liderazgo Alineación Trabajo en equipo
	Competencia del personal.	- TRABAJO INDIVIDUALIZADO AL TRABAJO EN EQUIPO. - Grupos semiautónomos en un proceso de cadena de dividido en "minilíneas" para que los grupos de trabajo sean más independientes. -
	Comunicación que	- las implicaciones entre cultura y comunicación.

	maneja el personal	- los sujetos tienden a disputar los significados con el grupo.
VARIABLE 2 Satisfacción de Usuarios	Fiabilidad	- fiabilidades interna y externa donde la fiabilidad interna se reduce al menor error detectable y la fiabilidad externa reduce la influencia de este posible error más pequeño
	Credibilidad	- Confianza - Buena reputación - - Buena reputación
	Capacidad de Respuesta	- Entrega puntual - Entrega puntual - Respuesta oportuna - Respuesta oportuna - Resolver rápidamente los problemas - Resolver los problemas rápidamente - Servicio rápido (distinto de la entrega rápida) - Servicio rápido
	Empatía.	- Fatiga por compasión. - Toma de perspectiva. - Preocupación empática.

Fuente: Matriz de consistencia

1.7. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El presente estudio se justifica en contribuir a la mejora de los procesos y procedimientos internos; en los servicios prestados a los clientes ciudadanos, en la calidad de servicio y satisfacción de usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo orientando así el municipio hacia el desarrollo sostenible y la generación de economía. En este sentido.

El objetivo general de este trabajo es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial

De Coronel Portillo 2021. Por consiguiente. se puede elaborar un plan de gestión de la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1 A nivel Internacional

De acuerdo a Galucio (2016) en su investigación titulada L*a calidad del programa bolsa universidad del ayuntamiento de manaus: un estudio de caso. manaus, brasil*. Señala que:

Según el modelo, la calidad percibida del UMBP es un resultado de las dimensiones calidad de servicio e imagen. La dimensión de la imagen actúa como un filtro de calidad y fue evaluada por el percepción de los beneficiarios de la salida en cuanto a la reputación y credibilidad de la PBU, la calidad de servicio estaba compuesta por la calidad funcional, como la salida el resultado técnico, y por la calidad técnica, calidad de lo que el beneficiario de la salida beneficiario de salida realmente recibido como resultado. Los datos secundarios del Ministerio de Educación de Brasil, identificados en la encuesta, aplicables al cursos ofrecidos por el Programa de becas universitarias, debidamente criticados, componían la dimensión de calidad funcional, que consiste en indicadores que evalúan las instituciones y cursos.

Hay muchos aspectos que aún no están claros en el debate sobre cómo medir calidad del servicio educativo Senthilkumar & Arulraj (

2011) en su estudio *La visión general La opinión general* parece ser que:

Aunque hay herramientas que han sido diseñadas como medidas genéricas de la calidad del servicio con aplicabilidad en varios Es importante considerar estas herramientas como "esqueletos" básicos que necesariamente la situación de la aplicación específica, es importante ver estas herramientas como "esqueletos" básicos que necesariamente requieren modificaciones para ajustarlas a la situación de la aplicación específica.

La calidad es sin duda uno de los elementos más importantes en la búsqueda de la satisfacción del cliente. Para Clovis (2008) en su estudio titulado *Gestão Estratégica Escolar* indica que*:*

Es el más importante: Puede parecer una exageración decir que no hay nada más importante que calidad, pero es un hecho, tanto que es indispensable encontrar la misión exacta de la institución, donde los valores, las políticas y las estrategias para que una escuela sobreviva y estrategias para que una escuela sobreviva y crezca, siendo evaluada constantemente.

Para Nunes (2012) En su estudio *de satisfacción del usuario del sistema de información (SI) en Hospitales Universitarios del Noreste de Brasil*. Señala que:

Se basó en una amplia investigación de la literatura sobre la tecnología de la información en salud, satisfacción del usuario y calidad

del servicio de sistemas de información, con el fin de aprender mas sobre la satisfacción del usuario del sistema de información a través de la ejecución del modelo propuesto por DeLone y McLean (1992, 2002) que integra dispositivos teóricos resultantes de un análisis bibliográfico práctico y los productos del estudio de campo que fueron usados a cabo en hospitales universitarios del Noreste de Brasil. Dicha investigación consintió un análisis estadístico variado mediante el empleo del modelo estructural presentado con cinco variables (calidad de servicio, calidad de la información, calidad del sistema, satisfacción y uso) y fue viable conocer el usuario de la información en Hospitales Universitarios cuya muestra destacó 393 encuestados. Fueron formuladas ocho hipótesis y se aplicó una encuesta elaborada y estudiada, centrada en la escala tipo Likert con siete alternativas de respuesta (1 = totalmente en desacuerdo y 7 = totalmente de acuerdo). Para examinar las variables, se basó en las escalas SERVQUAL-SERVPERF, en las escalas propuestas por DeLone y McLean 1992, Pai y Huang 2010, Torkzadeh et al., 2006, Miranda 2009, donde fue usado un análisis factorial en SPSS. De esta forma, se resultó este análisis de varianza explicada mediante de la técnica de remuestreo (bootstrapping) y la preeminencia de la predicción R^2 de los constructos dependientes con el análisis Blindfolding, marcando los valores de Q^2 de Stone-Geisser. Mediante la técnica del SmartPLS, logró resultados acerca de la percepción del usuario de la información en hospitales universitarios y con la evaluación de la validez y confiabilidad del modelo verificamos la varianza mediana extraída (AVE). Analizó el camino estructural del

modelo y confirmó las hipótesis a través de los valores t de Student. Una de las contribuciones innovadoras de este estudio, es que se consideró como sobresaliente la variable moderadora “aptitud” para el uso del sistema de información consintiendo concluir que todas las variables estudiadas mantienen relaciones de significancia entre ellas.

2.1.2 A Nivel Nacional

Según Ribeiro, et al. (2020) en su análisis denominado *El espacio comercial y la satisfacción de los usuarios: uso de la realidad virtual inmersiva para la simulación de alternativas de diseño*, señala que:

Su estudio se realizó en colaboración con un Galp, y tiene como objetivo la elaboración de un proyecto de proyecto para cambiar una de sus tiendas de conveniencia, introducir nuevos conceptos para el espacio comercial. espacio comercial. Además de la propuesta de cambios, se pretendía El objetivo era consultar a los usuarios finales del espacio y para evaluar su satisfacción con las propuestas presentadas. Para ello, hemos optado por realizar pruebas de satisfacción pruebas con la Realidad Virtual Inmersiva (RVI) como método de simulación del espacio. A El RVI se utilizó en pruebas con usuarios finales y concluyeron que los encuestados consideran que el las propuestas presentadas añaden valor al espacio comercial y la movilidad dentro de la tienda. También se llegó a la conclusión de que el uso de RVI ayuda a una buena comprensión del espacio.

Con correspondencia a la variable satisfacción del usuario Atao (2016) en su trabajo de investigación que desarrolló en la Municipalidad Distrital de San Jerónimo, en la Sub Gerencia de Desarrollo Económico y Social, realizó un estudio que tiene el enfoque cuantitativo de tipo correlacional, con el fin principal de proclamar la analogía que hay entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios. Para la elaboración de la averiguación se usó una encuesta sobre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, en total fueron 198 encuestados entre varones y mujeres, los cuales concurrieron a la Sub Gerencia desde el 02 de noviembre hasta el 04 de diciembre del año 2015. El cuestionario de recolección de datos que se empleó para cada variable; el cual existió formado por 20 ítems con escala de cinco opciones (totalmente de acuerdo, de acuerdo, medianamente de acuerdo, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo). Luego, para calcular la correlación que vive entre estas dos variables, se usó el coeficiente de relación de spearman. Las conclusiones a las que llegó a traves de su presente estudio de investigación, prueba que el beneficiario percibe todo lo que le rodea desde el instante en que se afilie a la Sub Gerencia y por lo tanto se debe de prometer un servicio de calidad. En el primer y segundo objetivo específico se contradice la hipótesis nula; porque el valor “sig” es de 0,043, y 0,000 correspondientemente puesto que son menores a 0,05 nivel de significancia; por eso se asevera que hay relación significativa entre la comunicación, elementos intangibles y la satisfacción de los usuarios; en el tercer y cuarto objetivo específico se acepta la hipótesis nula

porque el valor “sig” es de 0,640 y 0,108 que son mayores a 0,05 el nivel de significancia por consiguiente se asevera que no hay relación significativa entre la competencia, empatía y la satisfacción de los usuarios en la Sub Gerencia, y con relación al objetivo principal se impugna la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa porque el valor “sig” es de 0,002 que es menor a 0.05 nivel de significancia, por lo tanto se testifica que hay relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Económico y Social.

Contribuyen Arias, et al. (2018) En su trabajo de investigación titulado *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la sub gerencia de desarrollo económico y social, de la municipalidad distrital de san jerónimo – 2015. Andahuaylas*, Perú, que está basado:

En la calidad y satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima. La calidad de atención en los servicios es un asunto continuo en la búsqueda de que cada día los usuarios se sientan más presuntuosos con los servicios dados, lo cual es un reto en las empresas por hallar en un mundo globalizado, donde los servidores públicos poseen que adaptarse a las necesidades de su comunidad, la calidad de atención está basada en la conformación de personal calificado, funcionarios responsables, clima organizacional, infraestructura y el equipamiento que tienen que ser reformados perennemente. Tambien, los usuarios tienen un rol muy importante para optimar la calidad de servicio y esto se logra

conociendo que, si lo brindado está satisfaciendo sus escaseces. De esta forma, se cubre sus expectativas, además de conocer otras necesidades e inquietudes por atender. Esto se consigue con cuestionarios constantes a los propios protagonistas, quienes son los que los que definen la calidad del servicio. Su investigación se focalizó en el público usuario de la Gerencia de Desarrollo Social que está constituido por adultos mayores, niños abandonados, mujeres en estado de riesgo, personas con discapacidad. Para concluir que, con una conveniente reestructuración del personal, según sus capacidades para el Servicio de Atención al Cliente, acelerar los trámites burocráticos, acomodar de mejores ambientes con dirección para personas con discapacidad y mejorar los equipamientos pueden brindar una mejor calidad de servicio al usuario. Nuestro trabajo está aceptado en bases teóricas y antecedentes nacionales e internacionales, los cuales nos toleraron desenvolver de manera descriptiva, alcanzando a conclusiones y recomendaciones florecientes tanto para los clientes internos y externos, de asi afinando la calidad del servicio de nuestra empresa y consiguiendo la satisfacción de los usuarios.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Calidad de Servicio

2.2.1.1. Evolución de la Gestión Pública

En el siglo XX, en las economías de Europa Occidental floreció hasta los años 30 la ideología del Estado Liberal, basada en los

principios de la economía clásica, según la cual el Estado debía garantizar los principios y reglas del mercado, minimizando su intervención en la vida económica y social (Mozzicafreddo, 1992). Sin embargo, la ideología dominante en la Administración Pública cambió sustancialmente con el escenario de crisis de la caída de la Bolsa de Nueva York de 1929, que instaló un entorno de recesión económica y desempleo. En este nuevo contexto, se comprobó que el mercado no disponía de mecanismos suficientes para garantizar un desarrollo económico continuo, ni para regular las imperfecciones del mercado. Las ideas de John Maynard Keynes ganaron una creciente simpatía, desarrollándose en Estados Unidos programas públicos, como el New Deal, en los que el Estado comenzó a impulsar la actividad económica. Surgió un nuevo modelo de actuación estatal, el Estado de Bienestar o Welfare State, según el cual el Estado debía intervenir y actuar de forma sistemática, como propulsor de la actividad económica y social protección social, garantizando unos niveles sociales mínimos a todos los ciudadanos.

La calidad es un concepto complejo. Si la calidad de los productos y servicios ya es difícil de evaluar, la evaluación de la calidad en un contexto público es mucho más compleja. No existe una definición consensuada de calidad. Los propios expertos no intentan definir la calidad, salvo en términos muy generales: "conformidad con las especificaciones" (Crosby, 1979), "aptitud para el uso" (Juran, 1988), "satisfacción del cliente" (Eiglier y Langeard, 1978; Garvin, 1988). La

gestión de la calidad también se entiende como una mezcla ecléctica de ideas de gestión (Ehrenberg y Syupak, 1994) y representa el resultado intelectual colectivo de numerosas contribuciones, entre las que se encuentran las de Shewhart (1931), Crosby (1979), Deming (1982), Taguchi (1986), Ishikawa (1985), Juran (1988), Feigenbaum (1991) y muchas otras. De hecho, el concepto de calidad ha desempeñado un papel destacado en la literatura de gestión empresarial desde que despertó el interés por la calidad en los años 50 (Deming, 1982; Juran, 1988). Así, se distinguen cuatro etapas en la evolución de la calidad desde la aparición del sistema industrial moderno (Feigenbaum, 1991; Garvin, 1988): la calidad a través de la inspección, el control estadístico de la calidad, la garantía de calidad y, más recientemente, la calidad como estrategia competitiva. De hecho, mientras que los orígenes de la teoría de la calidad estaban fuertemente basados en la calidad de los resultados (output), en una perspectiva de inspección del producto final, en las últimas décadas el concepto ha evolucionado hacia la integración de todos los aspectos de la gestión organizativa y la forma en que afecta a la naturaleza del producto (Foster y Jonker, 2003). En otras palabras, ya no se piensa en la calidad como algo inherente al propio producto, sino como un sistema de gestión responsable de la producción de un determinado producto. También se verificó el alejamiento de un énfasis casi total en la fabricación y los productos para la aplicación de los conceptos e ideas de calidad a los servicios (Lovelock, 1992). Por otra parte, hoy en día la teoría de la calidad también reconoce el impacto de los grupos

externos y otros individuos en el resultado de la calidad de los productos y servicios. Investigaciones recientes han comenzado a analizar el efecto de las relaciones con grupos e individuos externos en la forma de gestionar la organización. El trabajo de Foster y Jonker (2003) sostiene que se está entrando en una era en la que las nociones de rendición de cuentas y responsabilidad se están integrando en el modelo de calidad, ya que la investigación ha evolucionado recientemente de las relaciones bilaterales a las relaciones multilaterales que existen entre la organización y el mundo exterior. Esta perspectiva se ha denominado teoría de la calidad desde el punto de vista de las partes interesadas. Sin embargo, Foley y Barton (1997) sostienen que no hay una teoría de la gestión basada en la calidad, sino que la mayor parte de la literatura sobre la gestión de la calidad asume implícitamente que el objetivo de la empresa es la mejora continua de la calidad, explicando que ninguno de los principios o técnicas de la calidad son fines en sí mismos, sino que deben considerarse como catalizadores de la maximización del valor a largo plazo. El concepto de calidad ha evolucionado hasta convertirse en la gestión de la calidad total (TQM). Sin embargo, también existen diversas nociones de TQM y no hay consenso sobre su significado. Sin embargo, es posible identificar los componentes centrales de la TQM. Según Loffler (2001), la TQM se basa en una definición de la calidad que procede de la literatura de la psicología del consumidor, eligiendo la satisfacción de las expectativas del consumidor como el objetivo primero y último de toda actividad en una organización. Requiere el compromiso de todos

los empleados con el plan de calidad corporativo y sistemas de información completos que recojan y procesen información sobre clientes, proveedores, competidores y procesos a nivel de la organización. Requiere una importante inversión en formación, así como un cambio cultural hacia la mejora continua. Cohen y Eimicke (1994, p. 450) describen el significado específico y particular de cada una de las palabras del término TQM:

Total significa que se aplica a todos los aspectos del trabajo, desde la identificación de las necesidades del cliente hasta la evaluación agresiva de su satisfacción. La calidad significa cumplir y superar las expectativas de los clientes. La gestión significa desarrollar y mantener la capacidad de la organización para mejorar constantemente la calidad. Con la gestión de la calidad total, una organización se considera de forma holística como un sistema de procesos interrelacionados e interdependientes (Bowman, 1994) y las herramientas de calidad deben gestionarse de forma complementaria. Sin embargo, varios críticos de la TQM sostienen que no es más que "vino viejo en botellas nuevas" (Mani, 1995; White y Wolf, 1995). Otros objetan que la TQM crea soluciones mecanicistas (Godfroij, 1995) y aumenta la burocracia (Hill y Wilkinson, 1995). Estas cuestiones también se han estudiado en la literatura sobre el servicio público. Aunque la noción actual de calidad en los servicios públicos se ha derivado del concepto de Gestión de la Calidad Total (Loffler, 2001), esto no significa que la Administración no tenga un pasado orientado a

la calidad. De hecho, el concepto de calidad en la Administración Pública ha cambiado. Beltrami (1992) distingue tres fases en la evolución de la calidad en el sector público: calidad en el sentido de respeto a las normas y procedimientos; calidad en el sentido de eficacia; calidad en el sentido de satisfacción del consumidor. En el primer caso, la calidad significa ausencia de arbitrariedad, que se garantice la corrección formal, sin referencia a los usuarios o clientes. Esta concepción de la calidad corresponde a la antigua noción de calidad como conformidad con las especificaciones en la industria. La noción de calidad en el sector público cambió a finales de los años 60, cuando la gestión por objetivos se hizo popular en la Administración. La calidad seguía incluyendo la ausencia de errores de procedimiento, pero empezó a vincularse con la finalidad que debía cumplir el producto o servicio. Más tarde, el concepto de TQM surgió en los servicios públicos, generalmente asociado a la aparición de la NPM. En 1988, la TQM formó parte del programa electoral del Presidente Bush, como un importante pilar de la reforma de la Administración Pública estadounidense y, posteriormente, fue absorbida por la NPM, manifestándose en la publicación de Cartas de Calidad, en Inglaterra y luego en otros países europeos. Varios autores consideran incluso que existe un considerable solapamiento entre la TQM y la NPM (Mathiesen, 1999; Scharitzer y Korunka, 2000; Loffler, 2001; Vinni, 2007), sobre todo en la orientación al cliente, en la importancia concedida a la evaluación del rendimiento y a la definición de normas y objetivos, en la mejora continua, en la inversión en recursos humanos

y tecnológicos, y también en el estímulo de la competitividad. Por otra parte, también existen similitudes entre las recientes corrientes de gobernanza y la TQM, ya que varios modelos de premios a la calidad contienen categorías que pueden asociarse a la gobernanza, en particular la participación de los ciudadanos y otras partes interesadas (Bovaird y Loffler, 2003). Sin embargo, también existen divergencias entre la NPM y la TQM. Una de ellas es que la TQM se centra más en los procesos, mientras que la NPM hace más hincapié en los resultados. Según Vinni (2007, p. 115), "las versiones de la TQM que hacen hincapié en el rendimiento de la gestión y en las prácticas de gestión de los recursos humanos tienen más en común con la NPM que las versiones que se centran más en los procesos". La TQM concede gran importancia a la colaboración entre las unidades y los grupos de interés, mientras que la NPM desagrega las unidades buscando estimular la competitividad entre ellas con vistas a reducir los costes y mejorar el rendimiento (HOOD, 1991). Por otro lado, la capacidad de liderazgo de la alta dirección no es tan importante en la NPM como en la TQM, que promueve la libertad de gestión sin poner mucho énfasis en el compromiso de los órganos de gestión. Sin embargo, como explica Mathiesen (1999, p. 104), "la TQM proporciona un marco sistemático y cuantificado para la idea de un gobierno de la NPM que funciona mejor y cuesta menos". Pero, ¿es el concepto de TQM adecuado para los servicios públicos? Se ha debatido mucho sobre la transferencia de los conceptos de calidad del sector privado al sector público. Mientras que los defensores de la TQM tienden a argumentar

que las grandes empresas privadas y las grandes organizaciones públicas se enfrentan a los mismos problemas burocráticos, los más críticos replican que los sectores privado y público operan bajo modelos y condiciones muy diferentes (HALACHMI, 1995) y varios autores advierten del peligro de la adopción acrítica de las prácticas de gestión de la calidad desarrolladas en el sector privado en el contexto de los servicios públicos. Sin embargo, este debate ha ido perdiendo sentido a medida que la dicotomía entre ambos sectores tiende a desaparecer en la mayoría de las economías occidentales. De hecho, como resultado de la subcontratación de servicios, los servicios públicos son ahora prestados por organizaciones del sector privado.

El propio MNP, a través de sus programas de modernización administrativa, ha creado una serie de organizaciones de economía mixta. Así, los límites entre estos sectores son cada vez más difusos. A su vez, Cohen y Eimicke (1994) ven pocos problemas en la adaptación de estos enfoques a la prestación de servicios públicos, e incluso sostienen que el rendimiento de la administración pública puede mejorarse mediante la mejora continua de los procesos operativos y unos procesos de grupo más eficaces. Sin embargo, es importante reconocer que la introducción de conceptos de gestión de la calidad procedentes del sector privado no está exenta de problemas (SWISS, 1992; Rago, 1994). En particular, hay cuatro aspectos que merecen una reflexión: En primer lugar, la naturaleza de los servicios en contraposición a los productos. Los sistemas de gestión de la calidad

en el sector privado tienen su origen en la producción de bienes industriales, con un fuerte énfasis en el control estadístico de la calidad, mientras que el sector público presta esencialmente servicios. Sin embargo, en la mayoría de los casos, los modelos de evaluación de la calidad de los bienes no son adecuados para evaluar la calidad de los servicios (Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L., 1990), debido a tres diferencias fundamentales entre los bienes y los servicios: los servicios son intangibles, por lo que rara vez pueden aplicarse especificaciones precisas; los servicios intensivos en mano de obra tienden a ser muy heterogéneos; en la mayoría de los servicios hay inseparabilidad.

En la mayoría de los servicios existe una inseparabilidad entre la producción y el consumo. En segundo lugar, la propia definición del cliente del servicio público plantea algunas consideraciones. El principio más importante de la TQM es deslumbrar al cliente. Así que la pregunta esencial será "¿quién es el cliente?". (Swiss, 1992, p. 358). En el caso de los servicios públicos, esta cuestión es compleja. De hecho, el Estado tiene obligaciones no sólo con sus clientes inmediatos, y la mayoría de las veces hay intereses variados y conflictivos. Para Mintzberg (1996) este aspecto es esencial, y una diferencia fundamental entre la gestión empresarial y la gestión pública es el hecho de que los ciudadanos no pueden ser reducidos a meros consumidores. Para este autor, muchos de los problemas de la Administración Pública, cuya realidad es mucho más compleja que la

del contexto privado, derivan precisamente de la imitación de la gestión empresarial, sobre todo en la separación y autonomización de actividades, en la medición del rendimiento a través de los objetivos perseguidos y en la asignación de la gestión de las organizaciones públicas a gestores profesionalizados procedentes del sector privado. En tercer lugar, las diferencias de enfoque: resultados frente a recursos y procesos. En las dos últimas décadas, muchos gobiernos han empezado a aplicar sistemas orientados a los resultados, haciendo hincapié en los indicadores de rendimiento relacionados con el resultado para el cliente externo y no tanto para el proceso. La TQM refuta este razonamiento, dando prioridad a los procesos, ya que si éstos se ajustan al plan el resultado sólo puede ser de alta calidad. Por último, hay cuestiones relacionadas con la cultura organizativa. De hecho, la TQM depende de una cultura organizativa extremadamente fuerte, con un compromiso casi único con la calidad, en la que los directivos deben participar continuamente en la mejora de la gestión. Sin embargo, en la Administración Pública la rotación de los altos cargos es muy elevada y la cultura de la calidad es, en general, más débil que en el sector privado, dominado por una cultura fuertemente marcada por cuestiones de carácter político. Se puede decir entonces que, además de ser difícil definir el concepto de calidad, también es difícil transformarlo en una política coherente en el contexto de los servicios públicos. Gaster (1995) sugiere que los sistemas de calidad para el sector público deben tener en cuenta algunos aspectos esenciales: los valores del sector público (especialmente la equidad, la

igualdad, la democracia, la eficiencia), la responsabilidad democrática (ante los votantes) y la responsabilidad profesional (ante los responsables políticos), las relaciones con el público (clientes/ciudadanos), las largas y complejas cadenas de servicios y, por último limitaciones legales, financieras y políticas. Sin embargo, a pesar de reconocer la existencia de una gran variedad de problemas en la aplicación de la TQM a los servicios públicos, Rago (1994, p. 64) sostiene que "incluso en presencia de estos problemas, sería un error creer que la TQM no puede integrarse con éxito en la organización gubernamental". Gran parte de la investigación sobre los resultados de la gestión de la calidad se centra en las mejoras de la calidad, en particular, el cumplimiento, la fiabilidad y la distribución sin retrasos. Por lo tanto, se sostiene que la TQM influye positivamente en la productividad, el rendimiento operativo y financiero y el éxito de la organización a corto y largo plazo. Varios estudios demuestran que la relación positiva entre la GCT y el rendimiento está moderada por la estructura organizativa (Douglas y Judge, 2001) o por las prácticas de gestión de los recursos humanos (Chandler y Mcevoy, 2000). Asimismo, Flynn, B. B., Shroeder, R. G. y Sakakibara, S. (1995, p. 683) afirman que "hay otros factores que contribuyen a la ventaja competitiva. Centrarse únicamente en la mejora de la calidad puede no ser un medio suficiente para que una empresa logre y mantenga una ventaja competitiva". En el contexto de los servicios públicos, las implicaciones son aún más amplias. Así, Loffler (2001) explica que el aumento de la calidad de los servicios públicos puede conducir a una

mayor satisfacción de los ciudadanos, pero no necesariamente a una mayor confianza en el gobierno, el parlamento y las instituciones civiles. Para aumentar la confianza en la Administración, se requiere un concepto de calidad mucho más amplio de la interacción de las redes de organizaciones públicas, voluntarias y privadas que prestan servicios públicos y aportan soluciones a los problemas colectivos. Por lo tanto, una Administración Pública de calidad no sólo debe ser capaz de aumentar la satisfacción de los ciudadanos con los servicios públicos, sino también de reforzar la confianza de los ciudadanos a través de procesos transparentes, la rendición de cuentas y el diálogo democrático. Para ello, los conceptos tradicionales de calidad que consideran a los organismos públicos como proveedores de servicios y a los ciudadanos como clientes deben ser enriquecidos por un concepto democrático de calidad que considere a los organismos públicos como catalizadores de la sociedad civil y a los ciudadanos como parte responsable y activa de esa sociedad. Por otra parte, las medidas del impacto de la calidad en el rendimiento de la Administración Pública deben ser globales y no sólo de carácter financiero. Esta cuestión es esencial porque, como se ha mencionado anteriormente, el rendimiento organizativo en el sector público es complejo, controvertido y multidimensional (Carter, N., Klein, R. y Day, P., 1992). En el sector público es necesario tratar de sondear a las distintas partes implicadas en la organización en todas las dimensiones de la gestión de la calidad y el rendimiento para garantizar una perspectiva global del grado de implantación de la TQM o de la importancia de las prácticas de TQM.

Dada la complejidad de la medición del rendimiento de las organizaciones públicas, la adopción de medidas objetivas adquiere gran importancia, y la comparación entre diferentes organizaciones debe utilizar medidas de rendimiento iguales, procedimientos uniformes de recogida de datos, datos para el mismo periodo y controles independientes de la exactitud de los datos. Así, dada la creciente voluntad de las organizaciones de evaluar sus progresos en la aplicación de muchas de las ideas y técnicas, se ha buscado un estándar o modelo por el que las organizaciones puedan ser evaluadas o comparadas entre sí, y se han desarrollado algunos modelos, en particular el Premio Nacional de Calidad Malcolm Baldrige de EE.UU., el Premio de Calidad del Reino Unido, el Modelo de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, el Premio de Calidad de Australia, el Premio de Calidad de Japón, el Cuadro de Mando Integral (Kaplan y Norton, 1992) y el Prisma de Rendimiento (Neely, A, Adams, C. y Kennerley, K. , 2002) diseñado para la evaluación del rendimiento en el sector privado, pero también aplicado a la evaluación de los servicios públicos. Otros fueron diseñados específicamente para los servicios públicos, donde el Marco Común de Evaluación, de la Unión Europea, fuente de adaptaciones al sector público, como es el caso del Cuadro de Mando del Sector Público (Moullin, 2002). A pesar de haber sido desarrollados de forma independiente, y de reflejar las necesidades y circunstancias particulares de los países en los que operan, estos modelos tienen mucho en común, como el enfoque en los procesos de la organización, en el sistema de gestión de la calidad,

en la gestión de los recursos humanos, en los resultados y en la satisfacción (Oakland y Sohal, 1996; Pinto, 2003). Sin embargo, la gestión de la calidad total no es sólo un conjunto de procesos y técnicas utilizados esporádicamente en una organización. Este enfoque podría ser incluso pernicioso. Es esencial que todo el mundo interiorice que la calidad es una estrategia a largo plazo y que la aplicación de la gestión de la calidad total en una organización pública requiere un cambio global de la cultura organizativa. "Las organizaciones que dedican más tiempo a cambiar su cultura organizativa obtienen mejores resultados cuando aplican programas de gestión de la calidad total" (Carapeto y Fonseca, 2006, p. 48). También requiere un compromiso sostenido por parte de los líderes (Hellein y Bowman, 2002) y la implicación de los empleados a todos los niveles: los primeros deben capacitar a los subordinados y los segundos deben aceptar esta responsabilidad adicional para cumplir o incluso superar las expectativas de los ciudadanos. Por último, concluimos que, aunque no existe un modelo óptimo para gestionar la calidad de los servicios públicos, la gestión de la calidad total ha sido reconocida como un mérito en este contexto. A continuación, abordaremos la evaluación del rendimiento en el contexto de los servicios públicos.

Evaluación del servicio público por el ciudadano

La nueva gestión pública se preocupa no sólo de la medición de la eficiencia, sino también de la eficacia de los servicios públicos prestados, y se utiliza para el aprendizaje continuo y la elaboración de

estrategias futuras, según el principio del aprendizaje organizativo (Turrione, 2010). Así, las nuevas formas de gestión pública han ido otorgando al ciudadano un papel privilegiado en la evaluación del rendimiento de los servicios públicos. Es necesario entonces explorar las dimensiones de la satisfacción de los ciudadanos y comprender la relación entre las medidas de rendimiento de la Administración y sus percepciones. Varios trabajos sugieren que, junto con los programas de medición del rendimiento, los resultados de las encuestas de satisfacción de los ciudadanos son útiles para el gestor público como parte de un enfoque múltiple para evaluar la calidad de los servicios públicos (Kelly y Swindell, 2002). Sin embargo, entender las percepciones de los ciudadanos requiere una perspectiva diferente a la que se aplica en el contexto de la empresa privada. En los siguientes apartados se exploran algunas cuestiones importantes para comprender mejor cómo se produce la evaluación de los servicios públicos por parte de los ciudadanos.

El servicio público como relación

El carácter interpersonal de los servicios los hace especialmente adecuados para establecer relaciones. Este trabajo adopta la perspectiva de Gutek (2000), según la cual el servicio público puede ser visto como una "pseudorelación", entendida como un contacto repetido entre el cliente/usuario y la organización, en el que el cliente/usuario identifica el servicio pero no a una persona concreta como su proveedor, no anticipar cualquier interacción futura con un proveedor

concreto, sino con la organización. Por tanto, en la literatura de marketing el término "pseudorelación" no tiene ningún sentido peyorativo, sino que es meramente descriptivo. De hecho, el servicio público implica tanto "pseudo-relaciones" externas -con sus clientes y otras partes interesadas- como relaciones internas reales -entre sus propios empleados. Se puede considerar entonces que el servicio público es una pseudorelación entre tres partes: la propia Administración, los ciudadanos/clientes del servicio público y la sociedad (incluyendo aquí a los otros stakeholders, o grupos de interés). Un ciudadano puede llegar a tener pseudorelaciones simultáneas con varias entidades públicas competidoras: ventanillas únicas, administración electrónica (gobierno con un alto grado de uso de las tecnologías de la información y la comunicación) y administración tradicional.

Más concretamente, Gutek (2000) sostiene que la pseudorelación puede efectuarse como una serie de episodios, es decir, interacciones individuales sucesivas entre el cliente y el proveedor de servicios. Estos contactos sucesivos implican a diferentes proveedores, cada uno de los cuales se espera que sea funcionalmente equivalente a los demás. Cada episodio puede definirse como un evento de interacción que tiene un principio y un final claros y representa un intercambio de servicios completo, y dentro del episodio puede haber aún varias interacciones - actos. Esta perspectiva difiere del enfoque estático tradicional de los modelos de calidad, que consideraba únicamente la

calidad de un episodio concreto, sin tener en cuenta que la percepción de la calidad del servicio por parte del cliente evoluciona con el tiempo.

De hecho, gran parte de los modelos e instrumentos de calidad siguen utilizando un enfoque estático, pero, como señalan Proença y Castro (2002), los servicios son procesos, por lo que las percepciones de los clientes evolucionan. Por ello, la evaluación de los servicios públicos debe basarse también en un enfoque dinámico, que tenga en cuenta los procesos según los cuales la calidad se desarrolla, se mantiene y se pierde. Las implicaciones de esta perspectiva son enormes, ya que un episodio insatisfactorio puede no acabar con la relación si los episodios anteriores han sido satisfactorios. De hecho, toda relación se caracteriza siempre por algunas limitaciones entre el cliente y la empresa (Strandvik y Liljander, 1994), e incluso puede ocurrir que un cliente tenga una relación negativa con la organización y, como consecuencia, una actitud negativa, pero que siga comprando repetidamente debido a estas limitaciones. Así, la satisfacción e insatisfacción del ciudadano/cliente del servicio público también deben analizarse como variables acumulativas. Por otro lado, al ser una de las partes implicadas en esta pseudo-relación, los empleados deben ser considerados como un elemento importante en la gestión y evaluación de la calidad de los servicios en general, y de los servicios públicos en particular. En efecto, mientras que el concepto de marketing relacional, introducido por Berry (1983), se centraba en la relación entre la organización y sus clientes, siendo el cliente el elemento central de esta conceptualización (Bendapudi y Berry, 1997), en una perspectiva

de red los diferentes grupos de interés no deben considerarse entidades aisladas, ya que cualquier relación puede afectar a las demás, incluida la propia relación de la organización con sus clientes. Así, todos los empleados son actores del proceso, en la medida en que su comportamiento afecta a la percepción global de los clientes, con influencia en sus opciones de compra. Del mismo modo, en el caso de los servicios públicos, aunque los gestores tienen un efecto determinante en la operatividad de la Administración Pública, el papel de los empleados que están en contacto directo con el público es esencial, y deben demostrar orientación al servicio, profesionalidad, conocimiento, paciencia y comprensión de las necesidades de los clientes, que cambian constantemente. En caso de fracaso, el comportamiento de los empleados es incluso crítico para la satisfacción del cliente/ciudadano y el mantenimiento de la relación, y en muchos casos de fracaso la insatisfacción del cliente/ciudadano depende en gran medida del trato recibido cuando se presenta la queja (Figura 2). Así, dado que la forma en que el cliente/ciudadano percibe su relación con los servicios públicos es una cuestión compleja y aún poco aclarada, los estudios cualitativos adquieren gran importancia para conocer el fenómeno en mayor profundidad.



Figura 1. Presiones a las que están sometidos los empleados de contacto Fuente: Berry, 1983

¿Ciudadano o cliente?

El cliente asume un papel central en la gestión de los servicios. Bowman y Schneider (1988) afirman que tres de las características estructurales de los servicios centran su atención en los clientes: la intangibilidad (lo que hace que la percepción subjetiva de la calidad por parte de los clientes durante el periodo de contacto sea vital); la simultaneidad entre la producción, la distribución y el consumo del servicio (la interacción con los empleados es muy importante en cada una de estas fases); el hecho de que los clientes sean coproductores de los servicios (la forma en que participan en el proceso de prestación del servicio es de suma importancia para el resultado final). Así, de las propias características de los servicios se deduce que los clientes son los árbitros de la calidad y que su satisfacción es muy subjetiva. En este sentido, como se ha citado anteriormente, las reformas de la Administración basadas en propuestas de NPM tienden a considerar al usuario de los servicios públicos como un cliente. "Sin duda, el cliente

es soberano de los reformistas del gobierno a finales de siglo" (Alford, 2002, p. 337). Así, los términos de "cliente", "consumidor", "usuario", "grupo de interés", "ciudadano", "contribuyente" o "el público" pasan a utilizarse casi indistintamente en la literatura y también cada vez más en el vocabulario cotidiano. Se trata de una perspectiva centrada en el cliente, muy cercana a la adoptada por el sector privado. Sin embargo, algunos autores consideran que esta perspectiva devalúa al ciudadano, reduciéndolo a un mero receptor pasivo de los servicios públicos y dejando de lado su papel de agente con intervención activa (Frederickson, 1997; Patterson, 1998). También añaden los casos en los que el ciudadano es un usuario involuntario del servicio público y el uso del término cliente en estos casos es muy cuestionable: "¿podemos utilizar el término "cliente" para referirnos a las personas que no quieren los servicios a los que les obliga la legislación?" (Schachter, 1995, p. 534). Por su parte, el concepto de ciudadano, a diferencia del de cliente, añade la idea de derechos y deberes, y amplía el espectro de la Administración Pública, al considerar que el servicio público no está destinado exclusivamente a quienes lo van a consumir, sino que se dirige a toda la sociedad. A modo de conclusión, tras un repaso de los argumentos a favor y en contra de la adopción de la terminología de la gestión privada para clasificar al usuario de los servicios públicos como cliente, o a la inversa, como ciudadano, hemos optado por utilizar en este trabajo el término cliente/ciudadano (o, indistintamente, el término usuario) para recordar la existencia de esta dicotomía y sus vastas

implicaciones, pero sin tomar la defensa de una u otra corriente, ya que no parece ser una decisión relevante para esta investigación.

Participación ciudadana y control

En las democracias modernas se exige una mayor participación de los ciudadanos en los asuntos públicos. La idea, cada vez más extendida, es que el ciudadano debe controlar la actividad de la Administración, lo que implica, de entrada, saber en qué medida las necesidades y deseos de los ciudadanos están siendo atendidos por la Administración. Así, hoy en día, se considera que la existencia de ciudadanos activos es un requisito para mejorar la actuación de las entidades públicas, e incluso se entiende que el ciudadano debe responsabilizarse de esta participación: "dado que la política gubernamental afecta directamente a la sociedad, el público tiene derecho a influir democráticamente en las políticas públicas" (Vigoda-Gadot, 2000, p. 172). Sin embargo, incluso en las sociedades modernas el nivel de participación de los ciudadanos en los asuntos públicos es relativamente bajo. La educación para la ciudadanía y la existencia de información son condiciones necesarias, aunque no suficientes, para que los ciudadanos actúen como propietarios y aprendan a interesarse por el éxito del servicio público globalmente considerado, y no sólo con la operación concreta que les afecta directamente. Schachter (1995, p. 535) distingue entre estos dos tipos de actitudes de la siguiente manera: "los clientes se preocupan por sus propias necesidades; a veces registran quejas si éstas no se satisfacen.

Los ciudadanos-propietarios se preocupan por el éxito de la empresa en el conjunto de la comunidad". Así, la existencia de información a disposición del ciudadano es importante, pero en sí misma no garantiza que el ciudadano participe, porque en muchos casos no entiende por qué debe molestarse en buscar la información suficiente y entenderla para utilizarla En otras palabras, la educación para la ciudadanía activa parece todavía insuficiente para estimular esta participación y lograr así un gobierno eficaz y receptivo. Por otro lado, también es necesario entender cómo los ciudadanos evalúan la actividad de la Administración. El apoyo o la oposición de los ciudadanos a la política gubernamental debe controlarse mediante la medición continua de sus actitudes hacia la Administración Pública y mediante indicadores de satisfacción en un conjunto amplio de áreas. Y no se trata sólo de gestionar las quejas derivadas de la aparición de insatisfacciones.

De hecho, hay consenso entre los investigadores y los políticos en que la opinión del ciudadano, al ser el principal beneficiario de los servicios públicos, debe ser tomada en cuenta seriamente por los políticos. Según Palfrey at al (1992), esta información puede incluso ayudar a entender y establecer las necesidades del público, desarrollar, comunicar y distribuir los servicios públicos, y también evaluar el grado de satisfacción con los servicios. Así, Smith (1993) habla de dos tipos de indicadores para evaluar el rendimiento de los servicios públicos: indicadores internos y externos a la organización. Los primeros, relacionados con los procesos de gestión, las rutinas y los

procedimientos formales, tienen un interés limitado para el ciudadano común. Por su parte, los indicadores externos, orientados a los resultados, están más dirigidos a reforzar la responsabilidad de las organizaciones públicas ante los votantes, los contribuyentes, los usuarios de los servicios y el gobierno central. De hecho, dado que una parte sustancial de las reformas desarrolladas por las corrientes de gestión pública basadas en la NPM y el movimiento Reinventing Government tienen como objetivo aumentar la capacidad de respuesta del gobierno ante el ciudadano/cliente, éste ha pasado a desempeñar un papel cada vez más importante en la evaluación del rendimiento de los servicios públicos: "los gobiernos emprendedores comenzaron a transformarse.

Empezaron a escuchar atentamente a sus clientes, a través de encuestas y de una amplia variedad de otros métodos" (Osborne y Gaebler, 1992, p. 169). Estos autores también sugieren otras formas de escuchar la voz del cliente, sobre todo a través de informes de contacto, pruebas de marketing, sistemas de seguimiento de quejas, buzones de sugerencias o formularios y entrevistas. La mejora de la eficacia y la eficiencia con vistas a aumentar el rendimiento del sector público requiere, pues, una evaluación y una comprensión exhaustivas de la percepción que tienen los ciudadanos/clientes de los servicios públicos y de la medida en que los organismos públicos son conscientes de sus necesidades. Roch y Poister (2006, p. 293) resumieron esta idea de la siguiente manera: "comprender el nivel de

satisfacción de los ciudadanos con los servicios proporciona un importante mecanismo de evaluación para entender el nivel de rendimiento de las entidades públicas (en respuesta a las reformas orientadas al cliente), así como el impacto de los cambios en los acuerdos institucionales que rigen la prestación de servicios, como la elección del área de educación o el uso de organizaciones sin ánimo de lucro en la prestación de servicios sociales". Se puede concluir, pues, que el desarrollo de una amplia conciencia de ciudadanía es esencial para fomentar la eficiencia y la eficacia de la gestión pública. Por otro lado, la importancia de la encuesta a los ciudadanos/clientes, la principal receptor directo de los servicios públicos, no sólo con el fin inmediato de determinar su grado de satisfacción, sino también, y quizás con mayor alcance, para orientar la formulación y aplicación de las políticas de gestión pública. La confianza de los ciudadanos en el gobierno.

El objetivo de crear una imagen más favorable de la gobernanza a través de la modernización de la Administración Pública, materializada en un mayor rendimiento y en una mayor calidad de los servicios prestados, deja de lado una parte importante de las relaciones implicadas. Para una amplia corriente de investigación, el rendimiento no es, de hecho, el único criterio por el que los ciudadanos evalúan al gobierno, e incluso se cuestiona la relación entre el rendimiento y el nivel de confianza. En otras palabras, aumentar la legitimidad del gobierno mediante la modernización de los servicios públicos parece

ser sólo una estrategia parcial, ya que para estos autores, restablecer la confianza en el gobierno es más que una cuestión de gestión, y es esencial entender cómo el gobierno puede cambiar estas percepciones y criterios de evaluación de manera aceptable en una sociedad democrática (Van de Walle y Bouckaert, 2003).

Sin embargo, los estudios realizados en diferentes países, utilizando diversos medios y métodos, concluyen repetidamente que el grado de confianza en el gobierno y sus áreas administrativas es bajo, que la gente está generalmente insatisfecha con los servicios públicos y que a menudo el nivel de respuesta del gobierno es mínimo. De hecho, en la práctica la relación entre la confianza política, los indicadores de resultados económicos y la satisfacción de los ciudadanos no es lineal, e incluso se ha comprobado que el grado de confianza de los estadounidenses en su gobierno disminuyó a finales de los años 60 (NYE, 1997) a pesar de la estabilidad económica experimentada durante este periodo. Asimismo, varios países europeos muestran un panorama similar. Un estudio comparativo entre Noruega, Suecia y EE.UU. entre 1964 y 1986 mostró que todos estos países sufrían un descenso de la confianza política en el gobierno, mientras que la satisfacción con los servicios públicos era bastante alta. Las mismas pruebas se encontraron en Gran Bretaña, Italia, Bélgica, España, Países Bajos e Irlanda. También Canadá y Japón, dos países con economías exitosas que ofrecen servicios modernos a sus ciudadanos, sufrieron esta tendencia de desconfianza en el gobierno.

El fenómeno tampoco ha perdonado a Israel. Muchos estudiosos se refieren igualmente a la relación entre el funcionamiento del sector público y la confianza pública.

De hecho, la confianza en el gobierno es un concepto aún más complejo que el de calidad. Para los padres de la filosofía política, como Locke, Hobbes y Toqueville, la confianza se considera esencial para el orden social y político, y un requisito previo para la democracia. Para los padres de la sociología, especialmente Tönnies, Simmel, Durkheim y Weber, la confianza se entiende como un principio de cohesión en la sociedad. Para los teóricos más modernos, como Beck (1992) y Luhman (1999), el término se considera un medio para tratar la incertidumbre en los sistemas complejos.

De hecho, cada vez hay más publicaciones académicas sobre este tema. En la práctica, la confianza se considera un importante determinante de la prosperidad económica, esencialmente por su capacidad para limitar el oportunismo, restringir el riesgo y reducir los costes de transacción (Huemer, 1998). Es un objetivo para la mayoría de las empresas, e incluso se considera una fuente de ventajas competitivas. Se concluye que pueden coexistir una baja confianza en las instituciones políticas, una actitud negativa hacia la Administración Pública y una imagen positiva de muchos servicios públicos. Los políticos y los gestores públicos asumieron que unos servicios públicos transparentes y orientados al ciudadano producirían clientes

satisfechos y mejorarían la confianza en el gobierno y la administración. Pero en la práctica, es importante entender si los intentos de mejorar la calidad de la prestación de los servicios públicos han contribuido realmente a aumentar la confianza de los ciudadanos en el gobierno y otras instituciones políticas. Por lo tanto, la medición del impacto de las reformas de la Administración es limitada, ya que las mejoras de los servicios públicos no se reflejan necesariamente en los niveles generales de confianza de los ciudadanos.

Expectativas de los ciudadanos sobre la calidad de los productos y servicios

Desde que el paradigma de la desconfirmación definido por Oliver (1977) se convirtió en uno de los principales pilares de la investigación sobre la formación de la satisfacción del cliente, las expectativas han asumido un papel esencial en gran parte de los modelos de satisfacción. Como puede verse, esta línea de investigación se basa en el argumento de que la satisfacción está estrechamente relacionada con las percepciones del consumidor en la medida en que las experiencias con un producto o servicio desconfirman positiva o negativamente las expectativas previas a la compra (Anderson, 1973; Oliver, 1997). Las expectativas tienen una contribución determinante en la formación de la satisfacción, e incluso se puede comprobar que servicios con idéntica clasificación de calidad pueden dar lugar a diferentes niveles de satisfacción debido a las expectativas. La desconfirmación de las expectativas es un componente central del

modelo Servqual desarrollado en el sector privado y aplicado en unos pocos estudios sobre servicios públicos, aunque recientemente se han desarrollado algunas investigaciones en este ámbito (Parasuraman et al, 1985).

Como ejemplo, el vínculo entre la desconfirmación y la satisfacción es evidente en el trabajo de Van Ryzin (2004), que investiga la influencia de la desconfirmación de las expectativas en la satisfacción general de los ciudadanos con los servicios de la ciudad de Nueva York. En el trabajo de Oliver (1997), el autor considera que la relación entre las expectativas y la satisfacción puede producirse por varias razones, en particular cuando los clientes o los ciudadanos son poco conscientes de las prestaciones del producto o del servicio o tienen una implicación psicológica reducida en su consumo. En estos casos, hay una base o motivación reducida para juzgar el rendimiento, por lo que las expectativas iniciales asumen un papel relevante en la formación de la satisfacción.

Sin embargo, según Roch y Poister (2006), en la mayoría de los estudios sobre los servicios públicos, la relación entre la desconfirmación de las expectativas y la satisfacción se basa en medidas insuficientes. Los autores explican que muchos de estos estudios sólo piden a los ciudadanos que califiquen la calidad de los servicios o sus experiencias, de "muy satisfactorio" a "muy insatisfactorio", sin distinguir entre las medidas de calidad y de satisfacción ni considerar las expectativas de los ciudadanos sobre la

calidad de los servicios: "se ha investigado poco sobre cómo las expectativas de los ciudadanos sobre la calidad de los servicios pueden influir en sus niveles de satisfacción con los servicios públicos" (Roch y Poister, 2006, P. 292).

Concluimos que, aunque el papel de las expectativas y las emociones se considere en algunos estudios sobre la satisfacción con los servicios públicos, en la literatura hay algunas evidencias de la falta de investigación en esta área, más aún cuando son elementos determinantes en los modelos de satisfacción con los servicios en general.

El concepto de valor en el servicio público

El debate sobre el significado de la calidad y la satisfacción del cliente ha sido ampliamente discutido en la literatura. Sin embargo, sólo recientemente se ha considerado el concepto de valor como una variable estratégica clave para la gestión y el marketing que ayuda a comprender el comportamiento de compra, la lealtad a la marca y el compromiso relacional. El concepto de valor es abstracto y varía según el contexto (Sweeney, 1994).

Sin embargo, en marketing el valor se define generalmente desde el punto de vista del cliente, siendo la definición más común en la literatura de marketing la relación entre los beneficios totales recibidos y los sacrificios totales incurridos. Así, la percepción del valor puede

incluir no sólo aspectos funcionales, sino también componentes sociales y emocionales. Salvo algunas excepciones, la mayoría de los modelos de satisfacción ignoran la cuestión del valor percibido, ya que sólo incorporan los beneficios (mediante la medición del rendimiento), ignorando el sacrificio. De hecho, incluir el concepto de valor en los modelos de satisfacción supera este problema y proporciona una imagen más rica de la evaluación de la satisfacción y de las intenciones de compra de un bien o servicio. Esta cuestión es incluso esencial porque se puede constatar que ciertas limitaciones del rendimiento pueden compensarse con reducciones percibidas del sacrificio, y los clientes que reciben un rendimiento inferior al esperado pueden seguir estando satisfechos (Spreng, R., Dixon, A. L. y Olshavsky, R. W., 1993).

En el contexto de los servicios públicos, y dada la especificidad de sus características y los objetivos que pretenden alcanzar, el valor se refleja no sólo en la calidad de los servicios prestados, sino también en la medida de los impactos sociales y también en el mantenimiento de la confianza y la legitimidad de la organización en cuestión. A su vez, los funcionarios desempeñan un papel estratégico activo en la creación de este valor. Se puede concluir que al evaluar la satisfacción con los servicios públicos es importante tener en cuenta las percepciones del ciudadano/cliente con respecto no sólo a los beneficios, sino también a los sacrificios realizados en los contactos con la Administración.

Evaluación del servicio público por la sociedad

El servicio público implica a tres partes: la organización pública, el ciudadano/cliente y la sociedad en general. En este sentido, la evaluación del servicio por parte de la propia sociedad debe ser considerada en la valoración global del servicio público. En los próximos apartados se analizarán cuestiones relevantes para entender la relación entre el servicio público y la sociedad, y cómo ésta evalúa su contribución.

Partes interesadas

Las concepciones modernas de gestión han cambiado su enfoque desde la perspectiva de accionistas a una perspectiva más global, que incluye un conjunto cada vez más amplio de grupos de interés que de alguna manera se relacionan con la organización. La importancia de los grupos de interés en la gestión de las organizaciones ha sido destacada por los académicos, y su interés se ha ido extendiendo también en la vida cotidiana, especialmente en los medios de comunicación (Fridman y Miles, 2002).

La necesidad de que las organizaciones consideren la importancia de su relación con la sociedad en general se ha confirmado cada vez más, y la gestión de la calidad ha pasado a reconocer la importancia de las distintas partes interesadas, centrándose explícitamente en los titulares del capital, los proveedores, los clientes y los empleados, y no sólo en las operaciones internas. Así, la gestión de la calidad debe centrarse no sólo en las operaciones internas, sino también en todos

los grupos que se relacionan con la organización (Foster y Jonker, 2003).

En otras palabras, además de la calidad del producto (que se mide por el grado de satisfacción de las necesidades del cliente) y de la calidad organizativa (que depende del grado en que la organización maximiza la eficacia y la eficiencia de sus procesos), las organizaciones deben centrarse también en la calidad empresarial, que expresa el grado en que sirven a la sociedad (Hoyle, 1994), admitiendo la importancia de sus relaciones con una concepción ampliada de esa sociedad. Sin embargo, cada organización presenta especificidades al respecto, teniendo sus propios grupos de interés, con diferentes tipos de poderes y grados de influencia, siendo incluso posible que un determinado grupo de interés tenga más de un tipo de poder.

Según el modelo de Mendelow (1991), el poder de las partes interesadas se refiere a su capacidad de influir en la organización, mientras que su interés se relaciona con su voluntad de hacerlo. A su vez, Friedman y Miles (2002) explican que los diferentes grupos de interés influyen en la organización de diferentes maneras, y en muchos casos algunos grupos de interés tienen mayor ascendencia que otros, y algunos grupos de interés pueden ser considerados más legítimos por la organización que otros. En cualquier caso, estos grupos y poderes presentan una dinámica propia que puede cambiar con el tiempo, al igual que la relación entre la organización y cada uno de estos grupos.

Asimismo, las organizaciones públicas también se relacionan con un amplio abanico de grupos sociales, a menudo con intereses contrapuestos: ciudadanos, clientes, usuarios, contribuyentes, gobierno, autoridades locales, asociaciones diversas, empresas privadas, entre otros. Así, varios estudios analizan las cuestiones de calidad, satisfacción y rendimiento de los servicios públicos teniendo en cuenta los diferentes grupos de interés en el servicio público. De hecho, además de los destinatarios directos de los servicios (los usuarios), hay otros grupos de interés, como los políticos, los reguladores, el público en general, los financiadores, la red de organizaciones implicadas y los propios funcionarios. Así, Provan y Milward (2001) proponen una organización de las partes interesadas en tres niveles de análisis: la propia entidad, la comunidad y la red de organizaciones en la que opera. En definitiva, la evaluación en los servicios públicos debe superar el horizonte de la evaluación por parte del usuario, incorporando la perspectiva de los múltiples actores implicados, directa e indirectamente, en esta prestación.

Pérdidas para la sociedad por la inadecuada calidad de los servicios

Desde la perspectiva del ciudadano/cliente, y dado que la sociedad es una de las partes implicadas en la "pseudo-relación" de la prestación pública, también es interesante considerar los sacrificios globales de la relación con la Administración en una perspectiva más amplia, en términos de pérdidas generadas para la sociedad. En este

sentido, parece oportuno reflexionar sobre la concepción de Taguchi (1986) de la calidad industrial, que considera como "la pérdida que un producto causa a la sociedad después de salir de las instalaciones, otras pérdidas que las causadas por sus funciones intrínsecas" (Stocker, 1990, p. 35).

En otras palabras, todas las características del producto que se desvían del valor objetivo causan pérdidas a la sociedad y, por tanto, baja calidad. Esta perspectiva refleja un alejamiento del enfoque tradicional según el cual el objetivo final es la maximización del beneficio individual. Lo que se busca es la minimización de la pérdida para la sociedad, que puede enmarcarse en el contexto de los servicios públicos. "La estrategia de Taguchi pretende encontrar la combinación de valores de las variables de diseño controlables que minimice la pérdida esperada" (Pignatiello, 1988, p. 248). Así, el autor desarrolló la función de pérdida para cuantificar esta definición de calidad, así como una representación gráfica de la pérdida para la sociedad causada por la variación del producto o proceso. Esta pérdida, que en la práctica puede traducirse en términos de devoluciones, garantías, reclamaciones, tiempo y dinero gastado por los clientes o eventuales pérdidas de cuota de mercado, se expresa en términos monetarios. Sin embargo, en el caso de algunos servicios, como la sanidad, la pérdida monetaria no es lo más importante. En este caso, y en otros, es esencial captar y analizar las causas de la insatisfacción de los clientes. "En resumen, la pérdida se produce cuando el cliente tiene una experiencia

menos que óptima con el producto o servicio. y cuanto menor sea la pérdida, mejor será la calidad del producto" (Ribiere et al., 1999, p. 2).

Por último, aunque esta perspectiva es bastante interesante y algo innovadora para el análisis de la calidad de los servicios públicos, en este contexto específico, y al tratarse de servicios, es prácticamente imposible estimar el valor objetivo de las características de rendimiento y, por tanto, la insatisfacción del cliente según la función de pérdida de Taguchi. En cualquier caso, es interesante valorar el concepto de pérdida y entender el impacto de la distribución del servicio público en términos de pérdidas para la sociedad.

Rendición de cuentas en el servicio público

El término "rendición de cuentas" es impreciso, ya que se aleja cada vez más de sus raíces contables y se asocia cada vez más a la buena gobernanza, tanto en el sector privado como en el público. Kearns (2003, p. 583) define el término como "la responsabilidad de la propia actividad, con referencia a normas de rendimiento y resultados predefinidos". También se puede considerar que se refiere a "ciertas obligaciones que surgen dentro de una relación de responsabilidad, en la que una persona o entidad es responsable ante otra por la realización de servicios específicos" (Mulgan, 2000, p. 97).

Estas obligaciones son de dos tipos: rendir cuentas por el desempeño de sus funciones y aceptar sanciones o

redireccionamientos. Para Kearns (2003), la rendición de cuentas tiene cuatro requisitos: mayor autoridad, un criterio para evaluar el rendimiento o el cumplimiento, un mecanismo para informar del cumplimiento y una sanción o recompensa basada en el rendimiento. Otras definiciones más generales consideran la responsabilidad como la capacidad de respuesta de la organización. Actualmente, la rendición de cuentas es un concepto que también se repite en la literatura del sector público. El crecimiento de la NPM ha traído consigo una tendencia hacia una mayor autonomía de las organizaciones públicas para mejorar su rendimiento y esta mayor autonomía se ha caracterizado por un mayor control ex-post (a posteriori) de los resultados y, en consecuencia, una mayor preocupación por la responsabilidad ante la sociedad.

Meyers (2006) llama la atención sobre la necesidad de mantener un equilibrio entre esta mayor autonomía y el mayor control de las organizaciones públicas. A medida que aumenta la autonomía de estas organizaciones, deberían ser más sensibles a las necesidades del ciudadano/cliente y, por tanto, debería aumentar la preocupación por rendir cuentas a este público, que, en esencia, es su propietario. De hecho, una mayor autonomía camina, en general, va de la mano de un aumento de la responsabilidad de las organizaciones y de sus altos directivos. Por un lado, la rendición de cuentas exige la justificación del comportamiento y, en este sentido, limita la libertad de acción (control a posteriori), pero, por otro lado, también implica la delegación de

autoridad y recursos, lo que faculta a las personas y a las organizaciones para actuar (autonomía de gestión) y puede considerarse desde una perspectiva de "créalo pero compruébalo". A pesar de las diferencias existentes entre la rendición de cuentas en el sector privado y en el público, sobre todo en lo que respecta al papel del parlamento y del control público y la oposición política, existe una innegable convergencia entre ambos sectores (Mulgan, 2000), Mientras que, por un lado, el sector público ha ido adoptando prácticas de gestión privada y cada vez más servicios públicos son prestados por organizaciones del sector público, a través de la subcontratación o las asociaciones, por otro lado, las empresas privadas se han encontrado con un movimiento generalizado de consumidores que se enfrentan a determinadas acciones de las empresas, especialmente de las grandes multinacionales. Aun así, en términos generales, las estructuras y el conjunto de actividades por las que los políticos y los gestores públicos deben rendir cuentas públicamente son bastante más complejas que las vigentes para la empresa privada.

CALIDAD DE LOS SERVICIOS

Dado que la calidad de los servicios es el tema central de esta disertación, es esencial tener en cuenta los principales avances de la investigación en este ámbito.

ISO - ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE NORMALIZACIÓN

La Organización Internacional de Normalización (ISO) es una federación de organismos de normalización de 130 países, uno por país. La ISO es una organización no gubernamental creada en 1947. Su misión es promover el desarrollo de la normalización y las actividades conexas en todo el mundo como facilitador del comercio de bienes y servicios, dentro de los principios de la Organización Mundial del Comercio.

Las normas de la serie ISO 9000:2000

Las normas de la familia ISO 9000 son referencias para la implantación de Sistemas de Gestión de Calidad (SGC) que representan un consenso internacional sobre las buenas prácticas de gestión y con el objetivo de asegurar desde el primer momento y en todo momento, el suministro de productos/servicios que cumplan con los requisitos del cliente, así como la prevención de problemas y el énfasis en la mejora continua (ABNT, 2011). Estas buenas prácticas se recogen en un conjunto de requisitos normativos (ISO 9001:2000) y directrices para la mejora del rendimiento (ISO 9004:2000), cuya aplicación es independiente del tipo, tamaño y sector de actividad de las organizaciones. Estas dos normas forman un "par coherente", con estructuras y formatos alineados. La adopción de estas normas se justifica tanto por factores de competitividad como por exigencias formales de los clientes y la sociedad. Constituyendo una referencia aceptada a nivel multisectorial e internacional, proporciona un "mapa"

para la definición del SGC que mejora la satisfacción de los distintos clientes de una organización. Según las metodologías de la ISO, las referencias normativas son elaboradas por delegaciones nacionales de expertos de los más diversos sectores de actividad (Economía, Estado, Industria...) seleccionados por los organismos nacionales de normalización. Estos expertos participan en comités técnicos específicos, según el referencial en cuestión. En 1979, la ISO aprobó la formación de un nuevo comité técnico, el ISO/TC 176 (Comité Técnico ISO 176) para tratar los asuntos relacionados con la gestión y el aseguramiento de la calidad. Inicialmente, sólo 20 miembros decidieron participar activamente en los trabajos de esta comisión, mientras que 14 optaron por participar como observadores. Actualmente, más de 50 países son miembros de pleno derecho, a los que se suman unos 20 observadores. Este nuevo comité desarrolló sus primeras normas, que se publicaron en 1987 con el nombre de ISO 9000. El comité técnico 176 también fue responsable de la posterior revisión de la familia de normas ISO 9000, publicada en 1994, y de la revisión que dio lugar a la norma ISO 9000:2005. Los principales cambios introducidos en las nuevas referencias normativas, especialmente si se comparan con la edición de 1994, pueden presentarse como: - Apoyo en 8 principios de gestión de la calidad; - Estructura orientada a los procesos y una secuencia lógica de interrelación de los requisitos; - Uso del concepto PDCA ("Planificar-Hacer-VerificarActuar"); - Mejora continua como elemento esencial en el desarrollo del SGC;

- Reducción significativa de la cantidad de documentación necesaria; - Mayor énfasis en el papel y la implicación de la alta dirección, incluido su compromiso con la evolución y la mejora del SGC, el cumplimiento de los requisitos legales y/o reglamentarios y la definición de objetivos en todos los niveles y funciones pertinentes de la organización.

Concepto de calidad

Según la norma ISO 9000:2005, la calidad es el grado en que un conjunto de características inherentes satisface los requisitos, teniendo como inherente la existencia de algo, especialmente como característica permanente estableciendo así una relación entre un conjunto de características y los requisitos (BSI, 2005). El objetivo principal de cualquier empresa es ganar dinero y mantenerse en el negocio (BSI, 2005). Esto significa ofrecer un producto o servicio que satisfaga las demandas y requisitos del mercado.

Para asegurar su cuota de demanda en el mercado, una organización debe garantizar su capacidad de mantener y repetir el negocio. La figura 2 muestra la relación entre el conjunto de características y los requisitos:

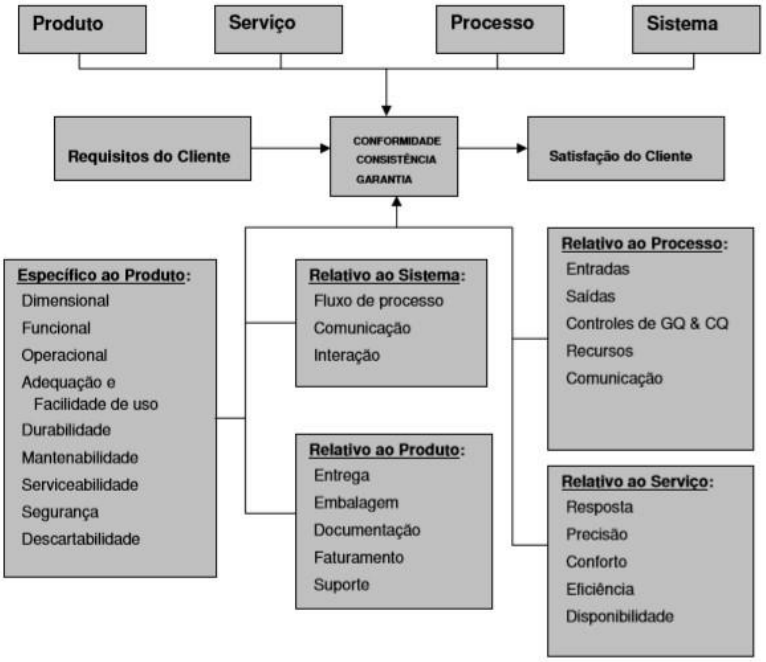


Figura 2: Relación entre características y requisitos Fuente: (BSI, 2005)

Dentro de esta relación entre características y requisitos, los clientes proporcionan nuevos negocios a aquellas organizaciones que pueden cumplir sistemáticamente sus expectativas de calidad:

- Entregar el producto adecuado y de calidad;

- Al precio adecuado; - Que cumpla los requisitos y - Que satisfaga al cliente.

En este contexto, los clientes exigen una garantía de que sus proveedores pueden maximizar esta expectativa y que tomarán medidas reales para ofrecer esta garantía. La alta dirección debe asegurarse de que su gestión de la calidad está compuesta por: -

Estructura organizativa; - Responsabilidades; - Procesos; - Documentación de los procesos; - Controles; - Formación y - Recursos.

Y estos se determinan y están a disposición de la organización para lograr la "garantía" que esperan sus clientes. Una vez establecido lo que se entiende por calidad, hay que considerar las distintas herramientas de gestión de la calidad disponibles para implantar un sistema de gestión de la calidad eficaz.

Herramientas del sistema de gestión de la calidad Según la norma ISO 9000:2005, un sistema desarrollado e implementado sobre la base de la norma del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2000 proporciona garantía mediante la aplicación de las cuatro herramientas de gestión:

- Planificación de la calidad (actividades de planificación) - Garantía de la calidad (actividades de prevención) - Control de la calidad (actividades de cumplimiento) - Mejora de la calidad (actividades de mejora continua).

a) Planificación de la calidad.- Una organización debe identificar los procesos, recursos y controles necesarios para cumplir los objetivos de calidad definidos (por el cliente y la organización). Los requisitos específicos de la norma ISO 9001, complementados por los requisitos del cliente y de la organización, se utilizan para planificar el cumplimiento de los requisitos de planificación de la calidad. La planificación de la calidad también incluye la planificación de las actividades de garantía de calidad, control de calidad y mejora de la calidad.

b) Garantía de calidad.- El objetivo de la prevención es examinar los requisitos, el diseño, los procesos, las actividades, etc., y definir los controles en el origen (fases de planificación y diseño). Los controles deben abordar la estructura organizativa y los recursos para prevenir o minimizar la aparición de problemas en los productos, procesos y actividades. Incluye la formación de los empleados, la cualificación de los proveedores, el mantenimiento preventivo de los equipos y los estudios de capacidad de procesamiento.

c) Control de calidad.- Lo ideal es que la prevención basada en controles evite la aparición de problemas, pero en realidad ningún sistema es a prueba de fallos y los problemas se producen. Por ello, hay que establecer controles para detectar los problemas de calidad, de modo que los clientes sólo reciban productos que cumplan sus requisitos. Los controles basados en la detección son reactivos: el problema y los costes que conlleva ya se han producido y la organización recurre al control de daños. La intención de la detección es evaluar el resultado de los procesos y actividades mediante la aplicación de controles para identificar los problemas cuando se producen.

3.2.3 Los principios de la gestión de la calidad

Para dirigir y hacer funcionar una organización con éxito es necesario gestionarla y controlarla de forma transparente y sistemática. El éxito puede ser el resultado de la aplicación y el mantenimiento de un sistema de gestión diseñado para mejorar continuamente el rendimiento, teniendo en cuenta las necesidades de todas las partes interesadas. La gestión de una organización incluye, entre otras disciplinas de gestión, la gestión de la calidad. Se han identificado ocho principios de gestión de la calidad, que pueden ser utilizados por

la Alta Dirección para conducir a la organización hacia la mejora del rendimiento. Estos ocho principios de gestión de la calidad constituyen la base de las normas de sistemas de gestión de la calidad de la familia NBR ISO 9000 (Adaptado de ISO/TC 176/SC2 Quality management principles, 1998). Con la definición de los ocho Principios de Gestión de la Calidad, formalizados por el ISO/TC176 en 1998, la intención era clara: establecer una base sólida para las nuevas referencias normativas, facilitar la definición de los objetivos de calidad, potenciando su uso como elementos fundamentales para la mejora del rendimiento de las organizaciones y promover una aproximación y alineación de las referencias normativas con la mayoría de los modelos de excelencia y calidad total. Los auditores de los sistemas de gestión de la calidad deben estar familiarizados con estos ocho Principios, con el fin de orientar las actividades de auditoría a los factores relevantes que añaden valor a las organizaciones auditadas. En la práctica, deben estar presentes en todas las actividades, tanto más cuanto que los requisitos de la norma ISO 9001:2000 se apoyan en ellos. Estos ocho Principios se describen en la norma ISO 9001:2005 (Figura 6) y se utilizan como base, tanto para los requisitos de la norma ISO 9001:2000, como para las directrices ISO 9004:2000, que son:
Principio 1 - Orientación al cliente

Principio 2 - Liderazgo
Principio 3 - Participación de las personas
Principio 4 - Enfoque por procesos
Principio 5 - Enfoque sistémico de la gestión
Principio 6 - Mejora continua

Principio 7 - Decisión basada en hechos

Principio 8 - Beneficio mutuo en las relaciones con los proveedores

Diagrama de los principios del SGC Fuente: ISO 9001:2008

Principio 1 - Enfoque en el cliente El concepto de "cliente" debe considerarse en una perspectiva amplia, de acuerdo con la definición 3.3.5 de la norma ISO 9001:2005, contemplando no sólo a los clientes o consumidores directos, sino también a otras partes interesadas (por ejemplo, empleados, proveedores, accionistas, el Estado y la sociedad, la comunidad circundante, entre otros). Los clientes expresan los requisitos del producto en las especificaciones del mismo y/o del servicio. Estos requisitos pueden ser especificados contractualmente por el cliente y/o determinados por la organización. Los clientes deciden en última instancia si el producto/servicio resultante es aceptable. Las organizaciones deben mejorar continuamente sus procesos y productos a medida que las necesidades y expectativas de los clientes cambian con el tiempo.

Principio 2 Liderazgo.- La revisión de las normas ISO 9000 promueve un papel más activo de la alta dirección de las organizaciones y potencia un cambio de énfasis el nivel de responsabilidades y autoridades definidas en el ámbito de un Sistema de Gestión de Calidad: desde el Área de Calidad hasta la Alta Dirección, con la participación de todos.

Principio 3 La comunicación.- La concienciación y la formación de las personas son factores fundamentales para que se vean en el SGC y entiendan cuál es su contribución, con el fin de aumentar su compromiso e implicación y proporcionarles las habilidades necesarias para llevar a cabo las funciones que se les asignen.

Principio 4 - Enfoque de proceso Una organización existe para transformar "inputs" (por ejemplo, materiales, energía, información.) en "outputs" (productos, servicios) que se proporcionan a sus clientes, y al hacerlo, añaden valor. Principio 5 - Enfoque sistémico de la gestión Este propósito se consigue mediante una serie de procesos interrelacionados. Estos procesos deben ser controlados

Principio 5 - Enfoque sistémico de la gestión Este propósito se consigue mediante una serie de procesos interrelacionados. Estos procesos deben ser controlados y gestionados, incluso si se abastecen externamente o se subcontratan a terceros, incluyendo las propias filiales, asociaciones o afiliados de la organización.

Principio 6 - Mejora continua La mejora continua no puede basarse únicamente en la resolución de los problemas identificados, sino que debe contemplar las posibilidades de mejora de los resultados del sistema y la previsión de unas expectativas de mercado cada vez mayores.

Principio 7 - Enfoque factual para la toma de decisiones Entre otros aspectos operativos del SGC (como la definición de acciones correctivas y preventivas, el establecimiento de programas de auditoría, la revisión por parte de la dirección, la identificación de oportunidades de mejora, entre otros), el establecimiento de estrategias, políticas y objetivos debe apoyarse en el análisis de datos e información relevantes, de origen interno o externo a la organización.

Principio 8 - Beneficio mutuo en las relaciones con los proveedores Entre las partes interesadas en el desempeño de una organización, ésta debe orientarse hacia el establecimiento de relaciones de beneficio mutuo entre la organización y sus proveedores.

Coordinación general del PBQP-H. Este paso pretende sensibilizar y movilizar al sector privado y a los contratistas estatales para que se unan al PBQP-H. - Programas sectoriales: en una segunda etapa, las entidades del sector se organizan para realizar un diagnóstico del segmento de la construcción civil en su unidad federativa, lo que da lugar a la formulación de un Programa Sectorial de Calidad (PSQ). - Acuerdos Sectoriales: el diagnóstico realizado en la fase anterior fundamenta un Acuerdo Sectorial entre el sector privado, el sector público estatal y la Caixa Econômica Federal (CEF), así como otros agentes financieros, definiendo objetivos y calendarios para la ejecución de los Programas de Calidad. Es adecuado para empresas de todos los tamaños que operan en el sector de la ejecución

de obras y la preparación de proyectos para empresas públicas y privadas. El certificado PBQP-H / SiAC es un requisito previo exigido por instituciones como el CEF y otros bancos para la concesión de la financiación de la vivienda. Algunos gobiernos estatales y municipios exigen el certificado PBQP-H/SiAC para participar en licitaciones. El PBQP-H es un instrumento del Gobierno Federal para cumplir los compromisos asumidos por Brasil al firmar la Carta de Estambul (Conferencia Hábitat II/1996).

Su objetivo es organizar el sector de la construcción civil en torno a dos cuestiones principales: la mejora de la calidad del hábitat y la modernización productiva. La búsqueda de estos objetivos implica un conjunto de acciones, entre las que destacan: la evaluación de la conformidad de las empresas de servicios y obras, la mejora de la calidad de los materiales, la formación y el reciclaje de la mano de obra, la normalización técnica, la formación en laboratorios, la evaluación de tecnologías innovadoras, la información al consumidor y el fomento de la comunicación entre los sectores implicados. De este modo, se espera aumentar la competitividad del sector, mejorar la calidad de los productos y servicios, reducir los costes y optimizar el uso de los recursos públicos. El objetivo, a largo plazo, es crear un entorno de igualdad competitiva, que proporcione soluciones más baratas y de mejor calidad para reducir el déficit de viviendas en el país, sirviendo, en particular, a la producción de viviendas de interés social. El PBQP-H forma parte de la Secretaría Nacional de Vivienda, del Ministerio de

las Ciudades (Figura 8), y se inserta formalmente como uno de los programas del Plan Plurianual (PPA 2008-2011).

Varias entidades forman parte del Programa, representando segmentos de la cadena productiva: constructores, diseñadores, proveedores, fabricantes de materiales y componentes, así como la comunidad académica y entidades de normalización, además del Gobierno Federal. La gestión compartida se realiza de forma transparente, basándose principalmente en discusiones técnicas, respetando la capacidad de respuesta del sector y las diferentes realidades nacionales. En este sentido, el PBQP-H es un programa que se basa en el consenso y en un acuerdo institucional firmado en asociación entre los sectores público y privado. El PBQP-H busca articularse con el sector privado para que potencie la capacidad de respuesta del Programa en la implementación del desarrollo sostenible del hábitat urbano. Por lo tanto, su estructura implica a los órganos representativos del sector, compuestos por dos Coordinaciones Nacionales, que trazan las directrices del Programa en conjunto con el Ministerio de las Ciudades. Estas directrices se establecen en su propio foro consultivo: el Comité Nacional para el Desarrollo Tecnológico de la Vivienda (CTECH), cuya presidencia es rotativa entre las entidades gubernamentales y el sector. El Programa no es merecedor de nuevas líneas de financiación, sino que busca estimular el uso eficiente de los recursos existentes provenientes de diferentes fuentes

(OGU, FGTS y Ahorro) y aplicados por diferentes entidades (CEF, BNDES, FINEP, SEBRAE y SENAI.). Por otro lado, el Programa tiene una gran contrapartida privada, y los fondos federales se destinan básicamente a la financiación, la estructuración de nuevos proyectos y la difusión. Una de las grandes virtudes del PBQP-H es la creación y estructuración de un nuevo entorno tecnológico y de gestión para el sector, en el que los agentes pueden orientar sus actuaciones específicas encaminadas a la modernización, no sólo en las medidas relacionadas con la tecnología en sentido estricto (desarrollo o compra de tecnología, desarrollo de procesos de producción o implantación, desarrollo de procedimientos de control, desarrollo y uso de componentes industrializados), pero también en tecnologías de organización, métodos y herramientas de gestión (gestión y organización de los recursos humanos; gestión de la calidad; gestión de los suministros; gestión de los flujos de información y producción; gestión de proyectos). Otros principios importantes del Programa son actuación integrada del poder público, para ampliar la optimización de los recursos y de las acciones, con mayor armonía entre las políticas habitacionales municipales, estatales y federales; descentralización, para hacer que las aplicaciones correspondan a la realidad de cada unidad de la federación, ampliando el control y la eficacia de las acciones; asociación entre agentes públicos y privados, para cumplir una tarea que es de toda la sociedad, pues la acción del poder público, aislada, será limitada; participación de la sociedad civil, para garantizar que las acciones del poder público estén de acuerdo con las

necesidades y prioridades de la población, y cuenten con la experiencia de diversos sectores de la sociedad. El PBQP-Hábitat se organizó en base a una estructura matricial de sus proyectos (Figura 9). Para manejar el proceso de gestión y articulación con la sociedad y el sector privado, se crearon las Coordinaciones, el Foro de Representantes Estatales, un Comité Asesor y un Grupo Asesor.

Sistema de Evaluación de la Conformidad de las Empresas de Servicios y Obras (SiAC)

La Ordenanza nº 118 de 15 de marzo de 2005 aprobó el nuevo Reglamento del Sistema de Evaluación de la Conformidad de las Empresas de Servicios y Obras (SiAC). El periodo de validez de los certificados de cualificación del SiAC, a emitir o prorrogar, será de hasta 12 (doce) meses. Uno de los proyectos impulsores del PBQP-H es el Sistema de Evaluación de la Conformidad de las Empresas de Servicios y Obras (SiAC). El SiAC tiene como objetivo evaluar el cumplimiento del sistema de gestión de la calidad de las empresas de servicios y obras, considerando el características específicas de la actuación de estas empresas en el sector de la construcción civil, y se basa en la serie de normas ISO 9000. El Sistema busca contribuir a la evolución de los niveles de calidad en el sector, involucrando especialidades técnicas de ejecución de obras, servicios especializados para la ejecución de obras, gestión de obras y emprendimientos y preparación de proyectos. El Reglamento establece niveles progresivos de evaluación de la conformidad, según los cuales se evalúan y clasifican

los sistemas de gestión de la calidad de las empresas. Al mismo tiempo, induce la implantación gradual del sistema de calidad, dando a las empresas el tiempo necesario para realizar esta tarea.

3.3.2 Organismos de certificación de obras

La acreditación de los organismos de certificación es el resultado de una asociación del PBQP-H con el Instituto Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial (INMETRO), que trabaja con base en normas y directrices internacionales, reconocidas en el Sistema Brasileño de Certificación, y en criterios adicionales establecidos por el Instituto, después de escuchar al sector específico. La acreditación es voluntaria y representa el reconocimiento formal de la competencia de una organización para realizar tareas específicas, de acuerdo con los requisitos establecidos. Es un proceso que proporciona un sistema de evaluación transparente y reproducible, evita el uso de recursos propios, elimina el coste de la reevaluación y refuerza la coherencia. También fomenta los propios esquemas de autorregulación fiables del mercado, aumentando la competencia y la innovación. Al garantizar que el producto/servicio ha sido evaluado por un organismo independiente y competente, el proveedor inspira confianza a los consumidores, aumentando así la libertad de elección y un mercado libre y fiable.

Según el SiAC, los Organismos de Certificación Acreditados (OAC) del Sistema son organismos públicos, privados o mixtos de

tercera parte acreditados por el CGCRE/INMETRO y autorizados por la Comisión Nacional para emitir certificados de conformidad del SiAC. La Comisión de Certificación (CC) de un Organismo de Certificación Acreditado es la encargada de dar su opinión sobre la certificación de una determinada empresa, según el alcance del SiAC, basándose en los requisitos y en las disposiciones regimentales aplicables a la especialidad técnica y al subsector. SiAC - La ejecución de obras tiene un carácter evolutivo, estableciendo niveles de El SiAC - Ejecución de Obras tiene un carácter evolutivo, estableciendo niveles progresivos de evaluación de la conformidad, según los cuales se evalúan y clasifican los sistemas de gestión de la calidad de las empresas constructoras. Corresponde a los contratistas públicos y privados, de forma individual, o preferiblemente a través de Acuerdos Sectoriales firmados entre contratistas y entidades representativas de los mismos, establecer los plazos para comenzar a aplicar los requisitos de cada nivel. Se basa en los principios establecidos en el Reglamento General del SiAC.

Los Certificados de Conformidad emitidos en base a los Referenciales Normativos SiAC de Nivel C, B y A sólo son válidos si son emitidos por Organismos de Certificación Acreditados (OCC) autorizados por la Comisión Nacional. Por lo tanto, las empresas constructoras que deseen certificarse de acuerdo con estas Normas deben consultar la Secretaría Ejecutiva

Nacional (SEN) del SiAC o el sitio web del PBQP-H

(http://www.cidades.gov.br/pbqp-h) para obtener la lista de OCC autorizados. Para el Nivel de Referencia Estándar D, la empresa debe declarar la conformidad de su Sistema de Gestión de la Calidad obedeciendo a lo establecido en las Normas Generales del Sistema de Evaluación de la Conformidad de las Empresas de Servicios y Obras (SiQ) y en las Normas Específicas del SiAC de las Obras de Ejecución de Especialidades Técnicas. La duración de un ciclo de certificación, que incluye auditorías de certificación y auditorías de mantenimiento, en cualquiera de los niveles del SiAC, es de 36 (treinta y seis) meses, y el período de validez de un certificado de conformidad es de 12 (doce) meses.

Una vez exploradas las cuestiones más relevantes de la literatura de marketing de servicios en relación con la calidad, el modelo de gestión y la satisfacción, el siguiente capítulo pasa a enmarcar estas cuestiones en el contexto específico de la propuesta de este trabajo.

Herramientas del sistema de gestión de la calidad Según la norma ISO 9000:2005, un sistema desarrollado e implementado sobre la base de la norma del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2000 proporciona garantía mediante la aplicación de las cuatro herramientas de gestión:

- Planificación de la calidad (actividades de planificación) - Garantía de la calidad (actividades de prevención) - Control de la

calidad (actividades de cumplimiento) - Mejora de la calidad (actividades de mejora continua).

a) Planificación de la calidad Una organización debe identificar los procesos, recursos y controles necesarios para cumplir los objetivos de calidad definidos (por el cliente y la organización). Los requisitos específicos de la norma ISO 9001, complementados por los requisitos del cliente y de la organización, se utilizan para planificar el cumplimiento de los requisitos de planificación de la calidad. La planificación de la calidad también incluye la planificación de las actividades de garantía de calidad, control de calidad y mejora de la calidad.

b) Garantía de calidad El objetivo de la prevención es examinar los requisitos, el diseño, los procesos, las actividades, etc., y definir los controles en el origen (fases de planificación y diseño). Los controles deben abordar la estructura organizativa y los recursos para prevenir o minimizar la aparición de problemas en los productos, procesos y actividades. Incluye la formación de los empleados, la cualificación de los proveedores, el mantenimiento preventivo de los equipos y los estudios de capacidad de procesamiento.

c) Control de calidad.- Lo ideal es que la prevención basada en controles evite la aparición de problemas, pero en realidad ningún sistema es a prueba de fallos y los problemas se producen. Por ello, hay que establecer controles

para detectar los problemas de calidad, de modo que los clientes sólo reciban productos que cumplan sus requisitos. Los controles basados en la detección son reactivos: el problema y los costes que conlleva ya se han producido y la organización recurre al control de daños (Control de calidad clásico. La intención de la detección es evaluar el resultado de los procesos y actividades mediante la aplicación de controles para identificar los problemas cuando se producen mejora de la calidad parte de la gestión de la calidad centrada en aumentar la capacidad de cumplir los requisitos de calidad garantía de calidad.

Herramientas del sistema de gestión de la calidad Según la norma ISO 9000:2005, un sistema desarrollado e implementado sobre la base de la norma del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2000 proporciona garantía mediante la aplicación de las cuatro herramientas de gestión:

- Planificación de la calidad (actividades de planificación) - Garantía de la calidad (actividades de prevención) - Control de la calidad (actividades de cumplimiento) - Mejora de la calidad (actividades de mejora continua).

a) Planificación de la calidad Una organización debe identificar los procesos, recursos y controles necesarios para cumplir los objetivos de calidad definidos (por el cliente y la organización). Los requisitos específicos de la norma ISO 9001, complementados por los requisitos del cliente y de la organización, se utilizan para planificar el cumplimiento de los requisitos de

planificación de la calidad. La planificación de la calidad también incluye la planificación de las actividades de garantía de calidad, control de calidad y mejora de la calidad.

b) Garantía de calidad El objetivo de la prevención es examinar los requisitos, el diseño, los procesos, las actividades, etc., y definir los controles en origen (fases de planificación y diseño). Los controles deben abordar la estructura organizativa y los recursos para prevenir o minimizar la aparición de problemas en los productos, procesos y actividades. Incluye la formación de los empleados, la cualificación de los proveedores, el mantenimiento preventivo de los equipos y los estudios de capacidad de procesamiento.

c) Control de calidad Lo ideal es que la prevención basada en controles evite la aparición de problemas, pero en realidad ningún sistema es a prueba de fallos y los problemas se producen. Por ello, hay que establecer controles para detectar los problemas de calidad, de modo que los clientes sólo reciban productos que cumplan sus requisitos. Los controles basados en la detección son reactivos: el problema y los costes que conlleva ya se han producido y la organización recurre al control de daños (Control de calidad clásico, La intención de la detección es evaluar el resultado de los procesos y actividades mediante la aplicación de controles para identificar los problemas cuando se producen.

Ferreira (2011) La calidad es un concepto complejo. Si la calidad de los productos y servicios ya es difícil de evaluar, la evaluación de la calidad en un contexto público es mucho más compleja. Incluso porque no existe una definición consensuada de calidad. Los propios expertos no pretenden definir la calidad, salvo en términos muy generales: "conformidad con las especificaciones" (Crosby, 1979), "aptitud para el uso" (Juran, 1988), "satisfacción del cliente" (Elglier y Langeard, 1978; Garvin, 1988). A la gestión de la calidad además se concibe como una mezcla ecléctica de ideas de gestión (Ehrenberg y Stupak, 1994) y simboliza el resultado intelectual colectivo de numerosas colaboraciones, entre ellas las de Shewhart (1931), Crosby (1979), Deming (1982), Taguchi (1986), Ishikawa (1985), Juran (1988), Feigenbaum (1991) y muchos otros.

Sin embargo, con la fuerte crisis económica derivada de los cambios en el precio del petróleo el año 1970, el fuerte desarrollo experimentado entre 1950 y 1969 se detuvo.1969, reduciendo significativamente la capacidad de aumentar los ingresos fiscales. El contribuyente estaba insatisfecho con el nivel de los servicios ofrecidos y El contribuyente estaba insatisfecho con el nivel de servicios ofrecidos e insatisfecho con la carga fiscal, ineficacia y disfuncionalidad en la Administración Pública y cuestionando seriamente la Esto ha obligado a las organizaciones públicas a adquirir nuevas formas y a asumir nuevas responsabilidades. Esto obligó a las organizaciones públicas a adquirir nuevos contornos y a asumir nuevas funciones (Chevallier, 1994). Así, el modelo burocrático pasó a ser considerado caro e ineficiente y las Administraciones Públicas se instó a las Administraciones Públicas a ser más eficaces, eficientes, efectivas y orientadas a los negocios orientado a los

negocios. Sin embargo, ni siquiera hoy se puede concluir que se haya eliminado la burocracia, burocracia. En este contexto, para superar las disfunciones llamadas en el mundo anglosajón mundo anglosajón como la burocracia, "los académicos han sugerido ideas de mejor flexibilidad el espíritu empresarial y la voluntad de adoptar nuevas ideas creativas" (Vigoda-Gadot, 2000, p.171).

Poco a poco, en todo el mundo occidental, en muchos países con sistemas Como parte de estas reformas, surgió en los países europeos y en prácticamente todas las economías capitalistas desarrolladas un paradigma de gestión del sector público conocido como Nueva Gestión Pública (Pollitt, 1995; Hughes, 1998). Como parte de estas reformas, surgió un paradigma de gestión del sector público conocido como Nueva Gestión Pública en los países de Europa y en prácticamente todas las economías capitalistas desarrolladas (Pollitt, 1995; Hughe, 1998), con mayor expresión en Estados Unidos, Reino Unido (país pionero en Europa) y Nueva Zelanda. La NPM, también conocida por otros términos, como gerencialismo (Pollitt, 1993), Administración Pública basada en el mercado (Lan y Rosenbloom, 2001) y gobierno empresarial (Osborne y Gaebler, 1992), se basa en el racionalismo económico y en las prácticas de gestión del sector privado (Hughes, 1998), buscando garantizar un mejor gobierno a un menor coste. Así, este enfoque de la gestión del sector público se caracteriza por la preferencia por una mínima interferencia del gobierno en la prestación de servicios y la adopción de los principios del mercado, con el argumento de que el sector privado es más eficiente que el público (Beckett, 2000; Jaconelli y Sheffield, 2000) y por

considerar al usuario del servicio público como el principal árbitro de la calidad.

Más recientemente, a principios de la década de los 90 (siglo XX), la reforma de la administración en Estados Unidos se basó en una reelaboración de estas ideas, avanzando hacia una "Reinvención del Gobierno", que sirvió de base para el lanzamiento del National Performance Review (NPM), basado en los trabajos de Osborne y Gaebler (1992). Aunque también se basa en una crítica feroz al modelo burocrático, esta corriente es más moderada que la NPM, rechazando la privatización de los servicios y funciones estatales como principal motor de la reforma (MOE, 1994).

A principios del siglo XXI, se produjo una creciente pérdida de confianza de los ciudadanos en la clase política, un aumento de la corrupción y de las prácticas poco éticas en el sector público, y se empezó a cuestionar la propia legitimidad de los gobiernos (Bovaird, 2001; Bovaird y Loffler, 2003). Luego, surgieron fuertes críticas contra los modelos de gestión pública basados en el NPM, con énfasis en el racionalismo económico y en la reducción del carácter público del servicio público.

En este contexto, surgió una nueva corriente, la gobernanza, que surgió a partir de la NPM (Dent , M., Van Gestel, N. y Teelken, 2007). Bovaird y Loffler (2002) destacan cinco diferencias entre esta corriente y el NPM: énfasis en la gestión de las expectativas de todos los grupos de interés y no sólo de los ciudadanos; enfoque no sólo en la calidad del servicio público, sino en la calidad de vida de todos los grupos de interés; coordinación no sólo a nivel de procesos internos sino también con otros organismos; énfasis en su eficacia externa de las autoridades locales y no sólo en la mejora de la

eficiencia interna; énfasis en la creación de confianza pública en el gobierno local a través de procesos transparentes, responsabilidad y diálogo democrático, y no sólo en la mejora de la satisfacción de los usuarios. En otras palabras, en la práctica, una autoridad local excelente tiene que ser algo más que un excelente proveedor de servicios: tiene que ser excelente en la forma en que lleva a cabo sus responsabilidades sociales y políticas en la comunidad.

Por último, la necesidad de invertir en la coordinación de estrategias entre organismos públicos que prestan servicios complementarios se ha convertido también en una cuestión determinante para la gestión pública, planteando el reto de la coordinación a nivel global de la Administración, cuyas limitaciones han condicionado notablemente la calidad de los servicios prestados por el sector público (Bovaird, 2001). De hecho, en las economías modernas el Estado ha asumido una amplia gama de responsabilidades, desde garantizar la seguridad pública y las infraestructuras esenciales, hasta proporcionar servicios de salud, educación, justicia y bienestar, culminando con la prestación de intereses comunes, como la promoción del crecimiento y el desarrollo económico y la protección del medio ambiente. En este proceso intervienen diferentes entidades de diversos ámbitos y existe un entramado de relaciones entre los distintos niveles de gobierno - local, regional y nacional - de modo que, en la mayoría de los casos, los agentes económicos siguen teniendo que tratar con muchas entidades.

Como resultado, la complejidad resultante es enorme y los ciudadanos y las empresas se sienten confusos y perdidos entre la inmensidad de niveles de gobierno y divisiones funcionales (amplitud organizativa), teniendo en la

mayoría de los casos dificultades para entender quién es el responsable de su asunto, lo que provoca muchos contactos frustrantes con la Administración Pública. El resultado es, pues, un sector público muy fragmentado que utiliza sus recursos de forma ineficiente e ineficaz, incapaz de tener una visión holística de determinados problemas y de aportar soluciones sistemáticas adecuadas, y que en muchos casos no refleja la perspectiva del cliente (ciudadano o empresa) que cada vez demanda más rapidez y sencillez en sus relaciones con la Administración (Hagen y Kubicek, 2000; Kavanagh y Richards, 2001).

En este contexto, una considerable corriente de investigación sobre la gestión pública aboga por la evolución hacia un modelo de relaciones crecientes de cooperación entre entidades públicas, basado en una redefinición de la concepción y distribución del servicio, con En este contexto, cabe señalar que existen importantes efectos favorables sobre la eficiencia, la eficacia y la efectividad de la acción pública (Fountain, 1994; Seidle, 1995). Así, y aunque la coordinación vertical y horizontal de la acción pública se encuentra todavía en una fase incipiente, existen proyectos de ventanilla única en todos los países europeos, aunque en la mayoría de los casos todavía limitados a la prestación de diferentes servicios públicos a través de canales de distribución comunes, con un mayor desarrollo de la prestación de servicios a través del canal virtual, lo que permite concluir que esta tendencia tiene futuro en Europa. "La agenda de la reforma pública se mueve ahora hacia un enfoque en la "distribución" y la "calidad de los servicios" como una alternativa a la "modernización del gobierno" " (Ling, 2002, p. 615). Así pues, todo indica que la evolución de la gestión pública en los próximos

años se centrará en la innovación y distribución de los servicios públicos centrados en el ciudadano y con la participación de la comunidad (Moran, 2005).

ESPECIFICIDADES DEL SERVICIO PÚBLICO

En la mayoría de las economías modernas, las tendencias más recientes de la gestión pública toman como punto de partida teorías, modelos, conceptos y herramientas de la gestión privada. Pero el entusiasmo por estos métodos de gestión debe ser prudente, ya que las ideas que tienen éxito en las empresas privadas no garantizan por sí mismas buenos resultados en el sector público. Allisson (1987, p. 510) resume la distinción entre gestión pública y gestión privada de una manera muy interesante: "son al menos tan diferentes como similares, y las diferencias son más importantes que las similitudes".

De hecho, existe un conjunto de características de los servicios públicos que condicionan la aplicación de algunos elementos de gestión privada en este contexto. El primero de ellos es la inexistencia del objetivo de maximización del beneficio, que es sustituido por la distribución de prestaciones de bienestar social a los ciudadanos, dado que los servicios públicos son generalmente gratuitos, con un retorno a través de los impuestos, y se enmarcan en un contexto de competencia ocasional y poco significativa, lejos de la necesidad constante de la iniciativa privada de ganar clientes. Además, los servicios públicos se desarrollan en un entorno con fuertes limitaciones políticas y administrativas (Kelman, 2005).

Pollitt (1993) señala siete factores que diferencian al sector público del sector privado: la responsabilidad ante los representantes elegidos, los objetivos y prioridades múltiples y conflictivos, la ausencia o rareza de organizaciones competidoras, la relación entre la oferta y la producción, los procesos orientados al cliente/ciudadano, la gestión del personal y marco legal. A su vez, Rocha (2001) cita tres fuentes de diferencias. En primer lugar, las distintas características medioambientales, ya que la mayoría de las entidades públicas no operan en una lógica de mercado, por lo que no están tan sujetas a las presiones para reducir costes y aumentar la eficiencia. Además, dependen de las limitaciones legales y reglamentarias de su actividad, de las influencias políticas y de los grupos de presión. En segundo lugar, las relaciones entre las entidades públicas y la sociedad en general implican, por un lado, relaciones de poder y, por otro, la aceptación del pluralismo y el impulso de la concentración social y política. Por último, el autor también considera las diferencias en los modelos organizativos, sobre todo en lo que respecta a la multiplicidad y complejidad de los objetivos y las relaciones de autoridad, de modo que, en la práctica, los gestores públicos ven limitada su actuación sobre los empleados, y se prohíbe o restringe el uso de incentivos y otros mecanismos de motivación utilizados habitualmente por las organizaciones privadas. En cualquier caso, las diferencias entre los contextos público y privado hacen que haya muchas cuestiones relativas al comportamiento organizativo que son más importantes, o incluso únicas, en el contexto público que en el privado. Algunos ejemplos son la importancia de las medidas de rendimiento no financieras, la estimulación del buen rendimiento mediante incentivos

distintos de los financieros (motivación del servicio público), la colaboración interorganizacional por motivos distintos de la maximización de los beneficios, la gestión de relaciones contractuales complejas y, quizá de forma más cruda, la gestión de la obligación de prestar servicios y la relación con el poder político (Kelman, 2005).

Así pues, la evaluación de los servicios públicos, sin dejar de reconocer el valor añadido que puede obtenerse de las experiencias de evaluación en el contexto de la empresa privada, también debe considerar las características específicas del sector público en sus herramientas y modelos. Así, no se debe caer en la tentación de la aplicación lineal de las técnicas de gestión del sector privado, siendo más adecuada la consideración de variables que son importantes en el diseño y forma de actuar de las entidades públicas, en particular las cuestiones relacionadas con la transparencia, la rendición de cuentas, la participación y la equidad.

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO PÚBLICO

La calidad es un concepto complejo. Si la calidad de los productos y servicios ya es difícil de evaluar, mucho más compleja es la evaluación de la calidad en el contexto público. Incluso porque no existe una definición consensuada de calidad. Los propios expertos no intentan definir la calidad, salvo en términos muy generales: "conformidad con las especificaciones" (Crosby, 1979), "aptitud para el uso" (Juran, 1988), "satisfacción del cliente" (Eiglier y Langeard, 1978; Garvin, 1988). La gestión de la calidad también se entiende como una mezcla ecléctica de ideas de gestión (Ehrenberg y

Stupak, 1994) y representa el resultado intelectual colectivo de numerosas contribuciones, entre las que se encuentran las de Shewhart (1931), Crosby (1979), Deming (1982), Taguchi (1986), Ishikawa (1985), Juran (1988), Feigenbaum (1991) y muchas otras.

En realidad, el concepto de calidad ha desempeñado un papel destacado en la literatura sobre gestión empresarial desde que surgió el interés por la calidad en los años 50 (Deming, 1982; Juran, 1988). Así, se distinguen cuatro etapas en la evolución de la calidad desde la aparición del sistema industrial moderno (Feignbaum, 1991; Garvin, 1988): la calidad a través de la inspección, el control estadístico de la calidad, la garantía de calidad y, más recientemente, la calidad como estrategia competitiva. De hecho, mientras que los orígenes de la teoría de la calidad estaban fuertemente basados en la calidad de los resultados (output), en una perspectiva de inspección del producto final, en las últimas décadas el concepto ha evolucionado hacia la integración de todos los aspectos de la gestión organizativa y la forma en que afecta a la naturaleza del producto (Foster y Jonker, 2003). En otras palabras, ya no se piensa en la calidad como algo inherente al propio producto, sino como un sistema de gestión responsable de la producción de un determinado producto. También se verificó el paso de un énfasis casi total en la fabricación y los productos a la aplicación de conceptos e ideas de calidad a los servicios (Lovelock, 1992).

Por otra parte, la teoría de la calidad reconoce ahora también el impacto de los grupos externos y otros individuos en el resultado de la calidad de los productos y servicios. Las investigaciones recientes han comenzado a estudiar el efecto de las relaciones con grupos e individuos externos en la

gestión de la organización. El trabajo de Foster y Jonker (2003) sostiene que se está entrando en una era en la que las nociones de rendición de cuentas y responsabilidad se están integrando en el modelo de calidad, ya que la investigación ha evolucionado recientemente de las relaciones bilaterales a las relaciones multilaterales que existen entre la organización y el mundo exterior. Esta perspectiva se ha denominado teoría de la calidad desde el punto de vista de las partes interesadas. Sin embargo, Foley y Barton (1997) sostienen que no hay una teoría de la gestión basada en la calidad, sino que la mayor parte de la literatura sobre gestión de la calidad asume implícitamente que el objetivo de la empresa es la mejora continua de la calidad, explicando que ninguno de los principios o técnicas de la calidad son fines en sí mismos, sino que deben considerarse como catalizadores para maximizar el valor a largo plazo.

El concepto de calidad ha evolucionado hasta convertirse en la gestión de la calidad total (TQM). Sin embargo, también existen diversas nociones de TQM y no hay consenso sobre su significado. Sin embargo, es posible identificar los componentes centrales de la TQM. Según Loffler (2001), la TQM se basa en una definición de la calidad que procede de la literatura de la psicología del consumidor, eligiendo la satisfacción de las expectativas del consumidor como el objetivo primero y último de toda actividad de una organización. Requiere el compromiso de todos los empleados con el plan de calidad corporativo y sistemas de información completos que recojan y procesen información sobre clientes, proveedores, competidores y procesos a nivel de la organización. Requiere una importante inversión en formación, así como un cambio cultural hacia la mejora continua.

Cohen y Eimicke (1994, p. 450) describen el significado específico y particular de cada una de las palabras del término TQM:

Con la gestión de la calidad total, una organización se considera de forma holística como un sistema de procesos interrelacionados e interdependientes (Bowman, 1994) y las herramientas de calidad deben gestionarse de forma complementaria. Sin embargo, varios críticos de la TQM sostienen que no es más que "vino viejo en botellas nuevas" (Mani, 1995; White y Wolf, 1995). Otros objetan que la TQM crea soluciones mecanicistas (Godfroij, 1995) y aumenta la burocracia (Hill y Wilkinson, 1995).

Estas cuestiones también se han estudiado en la literatura sobre el servicio público. Aunque la noción actual de calidad en los servicios públicos se ha derivado del concepto de Gestión de la Calidad Total (Loffler, 2001), esto no significa que la Administración no tenga un pasado orientado a la calidad. De hecho, el concepto de calidad en la Administración Pública ha cambiado. Beltrami (1992) distingue tres fases en su evolución de la calidad en el sector público: calidad en el sentido de respeto a las normas y procedimientos; calidad en el sentido de eficacia; calidad en el sentido de satisfacción del cliente.

En el primer caso, la calidad significa ausencia de arbitrariedad, que se garantice la corrección formal, sin referencia a los usuarios o clientes. Esta concepción de la calidad corresponde a la antigua noción de calidad como conformidad con las especificaciones en la industria. La noción de calidad en el sector público cambió a finales de los años 60, cuando la gestión por objetivos se hizo popular en la Administración.

La calidad seguía incluyendo la ausencia de errores de procedimiento, pero empezó a vincularse con la finalidad que debía cumplir el producto o servicio. Más tarde, el concepto de TQM surgió en los servicios públicos, generalmente asociado a la aparición de la NPM.

En 1988, la TQM formó parte del programa electoral del Presidente Bush, como un importante pilar de la reforma de la Administración Pública estadounidense y, posteriormente, fue absorbida por la NPM, manifestándose en la publicación de Cartas de Calidad, en Inglaterra y luego en otros países europeos.

Varios autores consideran incluso que existe un considerable solapamiento entre la TQM y la NPM (Mathiesen, 1999; Scharitzer y Korunka, 2000; Loffler, 2001; Vinni, 2007), sobre todo en la orientación al cliente, en la importancia concedida a la evaluación del rendimiento y a la definición de normas y objetivos, en la mejora continua, en la inversión en recursos humanos y tecnológicos, y también en el estímulo de la competitividad. Por otra parte, también existen similitudes entre las recientes corrientes de gobernanza y la TQM, ya que varios modelos de premios a la calidad contienen categorías que pueden asociarse a la gobernanza, en particular la participación de los ciudadanos y otras partes interesadas (Bovaird y Loffler, 2003).

Sin embargo, también existen divergencias entre la NPM y la TQM. Una de ellas es que la TQM se centra más en los procesos, mientras que la NPM hace más hincapié en los resultados. Según Vinni (2007, p. 115), "las versiones de la TQM que hacen hincapié en el rendimiento de la gestión y en las prácticas de gestión de los recursos humanos tienen más en común

con la NPM que las versiones que se centran más en los procesos". La TQM concede gran importancia a la colaboración entre las unidades y los grupos de interés, mientras que la NPM desagrega las unidades buscando estimular la competitividad entre ellas con vistas a reducir los costes y mejorar el rendimiento (Hood, 1991). Por otro lado, la capacidad de liderazgo de la alta dirección no es tan importante en la NPM como en la TQM, que promueve libertad de gestión sin hacer mucho hincapié en el compromiso de los órganos de dirección. Sin embargo, como explica Mathiesen (1999, p. 104), "la TQM proporciona un marco sistemático y cuantificado para la idea de un gobierno de la NPM que funciona mejor y cuesta menos".

Pero, ¿es el concepto de TQM adecuado para los servicios públicos? Se ha debatido mucho sobre la transferencia de los conceptos de calidad del sector privado al público. Mientras que los defensores de la TQM tienden a argumentar que las grandes empresas privadas y las grandes organizaciones públicas se enfrentan a los mismos problemas burocráticos, los más críticos replican que los sectores privado y público operan bajo modelos y condiciones muy diferentes (HALACHMI, 1995) y varios autores advierten del peligro de la adopción acrítica de las prácticas de gestión de la calidad desarrolladas en el sector privado en el contexto de los servicios públicos. Sin embargo, este debate ha ido perdiendo sentido a medida que la dicotomía entre ambos sectores tiende a desaparecer en la mayoría de las economías occidentales. De hecho, gracias a la subcontratación de servicios, actualmente los servicios públicos son prestados por organizaciones públicas, voluntarias y privadas. El propio MNP, a través de sus programas de modernización administrativa, ha creado una serie de

organizaciones de economía mixta. Así, los límites entre estos sectores son cada vez más difusos. A su vez, Cohen y Eimicke (1994) ven pocos problemas en la adaptación de estos enfoques a la prestación de servicios públicos, e incluso sostienen que el rendimiento de la administración pública puede mejorarse mediante la mejora continua de los procesos operativos y unos procesos de grupo más eficaces.

Sin embargo, es importante reconocer que la introducción de conceptos de gestión de la calidad procedentes del sector privado no está, de hecho, exenta de problemas (SWISS, 1992; Rago, 1994). En particular, hay cuatro aspectos que merecen una reflexión: En primer lugar, la naturaleza de los servicios en contraposición a los productos. Los sistemas de gestión de la calidad en el sector privado tienen su origen en la producción de bienes industriales, con un fuerte énfasis en el control estadístico de la calidad, mientras que el sector público presta esencialmente servicios. Sin embargo, en la mayoría de los casos, los modelos de evaluación de la calidad de los bienes no son adecuados para evaluar la calidad de los servicios (Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L., 1990), debido a tres diferencias fundamentales entre los bienes y los servicios: los servicios son intangibles, por lo que rara vez pueden aplicarse especificaciones precisas; los servicios intensivos en mano de obra tienden a ser muy heterogéneos; en la mayoría de los servicios hay inseparabilidad entre la producción y el consumo.

En segundo lugar, la propia definición del cliente del servicio público plantea algunas consideraciones. El principio más importante de la TQM es deslumbrar al cliente. Así que la pregunta esencial será "¿quién es el cliente?". (Swiss, 1992, p. 358). En el caso de los servicios públicos, esta

cuestión es compleja. De hecho, el Estado tiene obligaciones no sólo con sus clientes inmediatos, y la mayoría de las veces hay intereses variados y conflictivos. Para Mintzberg (1996) este aspecto es esencial, y una diferencia fundamental entre la gestión empresarial y la gestión pública es el hecho de que los ciudadanos no pueden ser reducidos a meros consumidores. Para este autor, muchos de los problemas de la Administración Pública, cuya realidad es mucho más compleja que la del contexto privado, derivan precisamente de la imitación de la gestión empresarial, sobre todo en la separación y autonomización de actividades, en la medición del rendimiento a través de los objetivos perseguidos y en la asignación de la gestión de las organizaciones públicas a gestores profesionalizados procedentes del sector privado.

En tercer lugar, las diferencias de enfoque: resultados frente a recursos y procesos. En las dos últimas décadas, muchos gobiernos han empezado a aplicar sistemas orientados a los resultados, haciendo hincapié en los indicadores de rendimiento relacionados con el resultado para el cliente externo y no tanto para el proceso. La TQM refuta este razonamiento, dando prioridad a los procesos, ya que si éstos se ajustan al plan el resultado sólo puede ser de alta calidad. Por último, hay cuestiones relacionadas con la cultura organizativa.

De hecho, la TQM depende de una cultura organizativa extremadamente fuerte, con un compromiso casi único con la calidad, en la que los directivos deben participar continuamente en la mejora de la gestión. Sin embargo, en la Administración Pública la rotación de los altos cargos es muy elevada y la cultura de la calidad es, en general, más débil que en el

sector privado, dominado por una cultura fuertemente marcada por cuestiones de carácter político.

Se puede decir entonces que, además de ser difícil definir el concepto de calidad, también es difícil transformarlo en una política coherente en el contexto de los servicios públicos. Gaster (1995) sugiere que los sistemas de calidad para el sector público deben tener en cuenta algunos aspectos esenciales: los valores del sector público (en particular, la equidad, la igualdad, la democracia, la eficiencia), la responsabilidad democrática (ante los votantes) y la responsabilidad profesional (ante los responsables políticos), las relaciones con el público (clientes/ciudadanos), las largas y complejas cadenas de servicios y, por último, limitaciones legales, financieras y políticas. Sin embargo, a pesar de reconocer la existencia de una gran variedad de problemas en la aplicación de la TQM a los servicios públicos, Rago (1994, p. 64) sostiene que "incluso en presencia de estos problemas, sería un error creer que la TQM no puede integrarse con éxito en la organización gubernamental".

Gran parte de la investigación sobre los resultados de la gestión de la calidad se centra en las mejoras de la calidad, en particular, el cumplimiento, la fiabilidad y la entrega sin demora. En breve, se afirma que la TQM influye positivamente en la productividad, el rendimiento operativo y financiero y el éxito de la organización a corto y largo plazo. Varios estudios demuestran que la relación positiva entre la GCT y el rendimiento está moderada por la estructura organizativa (Douglas y Judge, 2001) o por las prácticas de gestión de los recursos humanos (Chandler y Mcevoy, 2000). Asimismo, Flynn, B. B., Shroeder, R. G. y Sakakibara, S. (1995, p. 683) afirman que

"hay otros factores que contribuyen a la ventaja competitiva. Centrarse únicamente en la mejora de la calidad puede no ser un medio suficiente para que una empresa logre y mantenga una ventaja competitiva".

En el contexto de los servicios públicos, las implicaciones son aún más amplias. Así, Loffler (2001) explica que el aumento de la calidad de los servicios públicos puede conducir a una mayor satisfacción de los ciudadanos, pero no necesariamente a una mayor confianza en el gobierno, el parlamento y las instituciones civiles. Para aumentar la confianza en la Administración, se requiere un concepto de calidad mucho más amplio de la interacción de las redes de organizaciones públicas, voluntarias y privadas que prestan servicios públicos y aportan soluciones a los problemas colectivos. Por lo tanto, una Administración Pública de calidad no sólo debe ser capaz de aumentar la satisfacción de los ciudadanos con los servicios públicos, sino también de reforzar la confianza de los ciudadanos a través de procesos transparentes, la rendición de cuentas y el diálogo democrático. Para ello, los conceptos tradicionales de calidad que consideran a los organismos públicos como proveedores de servicios y a los ciudadanos como clientes deben ser enriquecidos por un concepto democrático de calidad que considere a los organismos públicos como catalizadores de la sociedad civil y a los ciudadanos como parte responsable y activa de esa sociedad.

Por otra parte, las medidas del impacto de la calidad en el rendimiento de la

Administración Pública deben ser globales y no sólo de carácter financiero. Esta cuestión es esencial porque, como se ha mencionado

anteriormente, el rendimiento organizativo en el sector público es complejo, controvertido y multidimensional (Carter, N., Klein, R. y Day, P., 1992). En el sector público es necesario recabar la opinión de las distintas partes implicadas en la organización sobre todas las dimensiones de la gestión de la calidad y el rendimiento para garantizar una perspectiva global del grado de implantación de la TQM o de la importancia de las prácticas de TQM. Dada la complejidad de la medición del rendimiento de las organizaciones públicas, la adopción de medidas objetivas adquiere gran importancia, y la comparación entre diferentes organizaciones debe utilizar medidas de rendimiento iguales, procedimientos uniformes de recogida de datos, datos para el mismo periodo y controles independientes de la exactitud de los datos.

Expectativas de los ciudadanos respecto a la calidad de los productos y servicios

Desde que el paradigma de la desconfirmación definido por Oliver (1977) se convirtió en un pilar de la investigación sobre la formación de la satisfacción del cliente, las expectativas han asumido un papel esencial en gran parte de los modelos de satisfacción. Como puede verse, esta línea de investigación se basa en el argumento de que la satisfacción está estrechamente relacionada con las percepciones del consumidor en la medida en que las experiencias con un producto o servicio desconfirman positiva o negativamente las expectativas previas a la compra (Anderson, 1973; Oliver, 1997). Las expectativas tienen una contribución determinante en la formación de la satisfacción, e incluso se puede comprobar que

servicios con idéntica clasificación en términos de calidad pueden dar lugar a niveles desatisfacción distinta debido a las expectativas.

La desconfirmación de las expectativas es un componente central del modelo Servqual desarrollado en el sector privado y aplicado en unos pocos estudios sobre servicios públicos, aunque recientemente se han desarrollado algunas investigaciones en este ámbito (Parasuraman et al, 1985). Como ejemplo, el vínculo entre la desconfirmación y la satisfacción es evidente en el trabajo de Van Ryzin (2004), que investiga la influencia de la desconfirmación de las expectativas en la satisfacción general de los ciudadanos con los servicios de la ciudad de Nueva York. En el trabajo de Oliver (1997), el autor considera que la relación entre las expectativas y la satisfacción puede producirse por diversas razones, en particular cuando los clientes o los ciudadanos son poco conscientes de las prestaciones del producto o del servicio o tienen una implicación psicológica reducida en su consumo. En estos casos, existe una base o motivación reducida para juzgar el rendimiento, por lo que las expectativas iniciales asumen un papel relevante en la formación de la satisfacción.

Sin embargo, según Roch y Poister (2006), en la mayoría de los estudios sobre los servicios públicos, la relación entre la desconfirmación de las expectativas y la satisfacción se basa en medidas insuficientes. Los autores explican que muchos de estos estudios sólo piden a los ciudadanos que califiquen la calidad de los servicios o sus experiencias, de "muy satisfactorio" a "muy insatisfactorio", sin distinguir entre las medidas de calidad y de satisfacción ni considerar las expectativas de los ciudadanos sobre la calidad de los servicios: "se ha investigado poco sobre cómo las

expectativas de los ciudadanos sobre la calidad de los servicios pueden influir en sus niveles de satisfacción con los servicios públicos" (Roch y Poister, 2006, P. 292).

En conclusión, aunque el papel de las expectativas y las emociones se considera en algunos estudios sobre la satisfacción con los servicios públicos, en la literatura se evidencia la falta de investigación en este ámbito, más aún cuando son elementos determinantes en los modelos de satisfacción con los servicios en general.

2.2.2. Satisfacción de Usuarios

El tema de la satisfacción ha sido investigado desde mediados del siglo XX, donde recibió influencias de varios profesionales y teorías que se basaban en el conductismo y la cognición Economía conductista y cognitiva.La evolución de la investigación conceptual sobre el constructo satisfacción del consumidor tuvo sus repercusiones a partir de los años 70. Chauvel (1999) esbozó un panorama de la enfoques que utilizaron sucesivamente estas teorías, presentando sus conceptos y conceptos y críticas. Basándose en esta información, se puede ver que los economistas fueron los pioneros en fueron los pioneros en la investigación sobre el tema, siendo considerados como relevantes dentro de las teorías y fundamentos del marketing. En los años 50, los teóricos de los teóricos de la psicología trataron de entender la satisfacción a través del estudio del comportamiento del consumidor del consumidor, siguiendo las perspectivas de la teoría conductista (Skiner, 2003; Oliver, 1997).

Ante los avances tecnológicos y el constante crecimiento del capitalismo mundial las empresas están en constante competencia por la búsqueda de calidad, muchos La investigación desarrollada en el área ha mostrado cómo la satisfacción del consumidor.

La satisfacción del consumidor puede afectar al desarrollo y el crecimiento de las empresas. Evrard (1994) y Beulke (1998), formaron la satisfacción del consumidor en uno de los temas principales de comportamiento del consumidor tanto en el entorno empresarial como en la investigación teórica.

Ámbito de la investigación teórica.

Las organizaciones que buscan la satisfacción de necesidades amplían su Este objetivo debe ser un logro continuo, ya que es una dimensión del consumidor. Este objetivo debe ser un logro continuo porque es una dimensión de los sentimientos humanos. Oliver (1997) destacaron el papel de los procesos afectivos como factores que influyen en la satisfacción. "A La satisfacción es una respuesta emocional compleja que sigue a la desconfirmación de experiencias". (Oliver, 1981; 41). A continuación, este estudio explicará una revisión de los conceptos de satisfacción de los conceptos de satisfacción analizándola desde la perspectiva del consumidor.

Hay diferentes ideas sobre la satisfacción. Autores como Howard y Sheth (1969), Tse y Wilton (1988), sostienen que la satisfacción es un proceso cognitivo, mientras que otros investigadores, como Westbrook y Reilly (1983), Cadotte, Woodruff y Jenkins (1987), sostienen que es un

proceso afectivo. Sin embargo, también hay investigadores que sostienen que la satisfacción combina ambas respuestas, a saber, Liljander y Strandvik (1997), Ladhari (2007), refiriéndose al aspecto emocional como indispensable para aspecto emocional como indispensable para lograr la satisfacción.

Los vendedores han descubierto que, por lo general, es más rentable mantener los clientes existentes que sustituirlos por otros nuevos. Retener a los clientes existentes requiere que estén satisfechos con el producto o servicio que han comprado (Hawkins, Mothersbaugh y Best, 2007; 17). (Hawkins, Mothersbaugh y Best, 2007; 17). Por lo tanto, la satisfacción del cliente es un preocupación inherente a los profesionales del marketing. Lee y Kim (1999 Apud Roses, 2007; 4) afirman que la satisfacción del cliente debe ser visto tanto desde la perspectiva de la empresa como de los usuarios.

Según Kotler (2000): La satisfacción del cliente consiste en el disfrute percibido de un producto en en relación con las expectativas del comprador. Si el rendimiento se ajusta a las expectativas, el el cliente quedará satisfecho. Si el rendimiento supera las expectativas, el cliente será muy satisfecho o encantado.

Izard (2007) afirma que "la satisfacción del cliente se considera una estimación que se produce a partir de la elección de una determinada circunstancia de compra". Así, la gente las personas entran en un proceso de compra con ciertas expectativas sobre un determinado producto o sobre una determinada prestación de servicios.

Castelli (1999) afirma que "el objetivo de toda empresa es satisfacer las necesidades de las personas con las que se compromete, ofreciendo bienes y servicios con la calidad que desean". Estas personas (clientes externos) están mejor atendidas cuando los clientes internos están satisfechos con la organización en la que trabajan.

Ferreira y Sganzella (2000, Apud Izard, 2007) encuentran que el cliente es: Influye la forma en que reciben el servicio y cómo viven la relación. Si un Si una reclamación se resuelve con resultados satisfactorios para él, la empresa tendrá buena calidad en su evaluación, pero si el consumidor está menos satisfecho, o el obtener el resultado ha sido complicado o ha llevado mucho tiempo, simplemente evaluará a toda la empresa, sus productos y servicios como ineficientes y, fatalmente, se sentirá agraviado.

Rust, Zaithaml y Lemon (2001; 19) citan que para todos los clientes la elección es influenciados por los valores percibidos que están formados principalmente por la calidad, el precio y la comodidad. calidad, precio y comodidad.

Así, la satisfacción del usuario es una evaluación afectiva evaluación afectiva que un usuario tiene en relación con su experiencia (Roses, 2000; 4). Muchos estudios relevantes en la literatura destacan la satisfacción del consumidor para para influir en la regulación de las políticas ejercidas por el mercado (Swan y Oliver, 1991; Spreg Mackenzie y Oshavsky, 1996 Farias et al., 1997). La revisión de la literatura de este trabajo de tesis está estructurado en capítulos y evidencia una variedad de definiciones relacionadas definiciones relacionadas con la satisfacción del consumidor que permiten una investigación más detallada investigación más detallada

en la zona y tiene como objetivo principal describir el enfoque de algunos autores considerados relevantes dentro de la literatura de marketing en un naturaleza cognitiva-afectiva que se relaciona con la actitud y el comportamiento del usuario.

Históricamente, la satisfacción siempre ha sido un tema central para las organizaciones, y Esto se ha intensificado con el fenómeno de la globalización donde se empezó a requerir una nivel de demanda de los consumidores, lo que lleva a las pequeñas y grandes empresas a reestructurar para reestructurar como forma de lograr su éxito y sus objetivos empresariales, mantener la eficiencia en un mercado tan competitivo como el actual. Los cambios a lo largo del a lo largo de los años se han producido y han sido influenciados por la historia, por el comportamiento y y actitudes de personas y grupos de interés que buscan nuevas experiencias.

Pocas cosas son tan fundamentales para el marketing como satisfacer los deseos y necesidades del consumidor (Blackwell, Miniard y Engel, 2008; Spreng, Mackenzie y Olshavsk, 1996). En segundo lugar, Oliver (1997) va más allá al afirmar que la exploración de la La satisfacción de las necesidades y deseos de los individuos ha sido un asunto de especial preocupación por el ser humano desde hace millones de años. Tanto desde el punto de vista académico como la creciente importancia de la satisfacción del consumidor va acompañada de un conjunto de calificaciones que va acompañada de una serie de calificaciones que sólo sirven para confirmar la la relevancia que adquiere este concepto.

Numerosos trabajos conciben la satisfacción como una premisa fundamental del concepto de marketing. "La clave del éxito empresarial" (Fisk y Coney, 1982; Morgan, Attaway y Griffin, 1996; Kristensen, Martensen y Gronholdt, 1999; Athanassopoulos, Gounaris y Stathakopoulos, 2001), "El elemento clave de la orientación del consumidor y Estrategia de marketing" (Swan y Oliver, 1991; Shiv y Soman, 2000; Machleit y Mantel, 2001; Szymanski y Henard, 2001) "¿Es el imperativo estratégico para Companies Around Today" (Mittal, Ross y Baldasare, 1998; Mittal y Kamakura, 2001).

Los teóricos del ámbito económico se centran más en las comparaciones relacionadas con bienestar económico de forma global. Por otro lado, algunos investigadores consideran que la satisfacción no sólo es medible y comparable entre individuos y categorías de productos, sino también un determinante productos, sino también como factor determinante en la formación de estrategias empresariales y y las políticas de la empresa. En opinión de otros investigadores en el ámbito de la política de consumo en opinión de otros investigadores en el campo de la política de consumo, concluyeron que las medidas subjetivas de la satisfacción del consumidor son otros investigadores del ámbito de la política de los consumidores concluyeron que las medidas subjetivas de la satisfacción de los consumidores son incapaces de revelar diferencias significativas en la satisfacción.

La palabra satisfacción tiene un origen latino y etimológicamente es una composición de los términos términos satis (suficiente) + facere (hacer). Se refiere al término satisfacción como "la sensación de placer resultante de la

comparación del rendimiento esperado por el producto (o su resultado) en relación con las expectativas de la persona" (Kotler, 2000, p. 58).

La satisfacción comenzó a destacarse como un campo legítimo de investigación desde el la década de 1970 y desde entonces se han propuesto varios modelos teóricos en un intento de intento de explicar el tema (Dos Santos 2001).

La satisfacción se rige básicamente por dos principios: el placer y la realización o el placer puede estar relacionado con la eliminación de un estado aversivo y el consiguiente retorno a un estado neutro retorno a un estado de neutralidad, o la adición de un estado placentero (Oliver, 1997).

El concepto de satisfacción puede describirse como sigue:

(i) la satisfacción es una evaluación (un
juicio) ii) Realizado a posteriori
iii) En relación con la transacción concreta

El término "evaluación" presupone la existencia de un parámetro. De hecho, para la mayoría de los autores, el grado de satisfacción se deriva de una comparación realizada por el comparación que confronta el resultado de la operación con un referencia previamente existente (Spreng; Mackenzie; Olshavsky, 1996; 15-32). O El resultado de este proceso comparativo puede ser positivo, negativo o neutro, generando así La naturaleza de la referencia comparativa es, por tanto, la misma. Sin embargo, la naturaleza de la referencia comparativa es objeto de discusión. Según Evrard (1995; 9), las distintas tendencias pueden ser agrupados de la siguiente manera:

(i) comparación con las expectativas previas, es decir, con las creencias del consumidor sobre el funcionamiento del producto o servicio antes de su adquisición.

ii) comparación con las normas basadas en la experiencia del consumidor. Estas normas son estas normas reflejan un compromiso entre las necesidades y deseos del consumidor y lo que que juzgue posible según sus experiencias anteriores.

iii) Comparación entre la relación de costes (en el sentido más amplio: precio, tiempo, etc.) beneficios de la transacción y el valor de esta relación para el vendedor. La transacción es entonces La transacción se juzga entonces como "justa" o "injusta" (teoría de la equidad).

iv) comparación con los deseos y con los valores. En este caso, los objetivos del comprador constituyen la referencia utilizada como término de comparación. Estos dos últimos enfoques son más recientes y están menos desarrollados.Estos dos últimos enfoques son más recientes y están menos desarrollados.

Rossi y Slongo (1997; 5) afirman que la satisfacción se suele conceptualizar como un continuo unidimensional que opone dos polos extremos, que son: polo positivo (muy satisfecho) o polo negativo (muy

insatisfecho) polo positivo (muy satisfecho) o negativo (muy insatisfecho), sin embargo fue igualmente Sin embargo, también se propuso considerar la satisfacción y la insatisfacción como dos estructuras influidas diferentes aspectos de la interacción entre los estímulos (producto o servicio) y el individuo.

Para Oliver (1997; 13): La satisfacción es la respuesta del consumidor a lo completo. Es el juicio que un característica del producto/servicio, o el propio producto/servicio, ha ofrecido (o está ofrecía (o está ofreciendo) un nivel placentero de plenitud en relación con el consumo, incluyendo mayores o menores niveles de del producto/servicio, o del propio producto/servicio. Para el mismo autor, la noción de plenitud implica la existencia de una meta, de un espacio a rellenar. El nivel de placer, a su vez, está relacionado con la capacidad de la plenitud para proporcionar o aumentar el placer o, aún, para reducir el dolor, cuando una adversidad se resuelve o se mitiga. Así, para definir la satisfacción en De este modo, definir la satisfacción en términos de plenitud placentera nos permite explicar diferentes tipos de consumo donde a menudo no se recibe ningún valor tangible en la transacción, como, por ejemplo De este modo, la definición de la satisfacción en términos de plenitud placentera permite explicar diferentes tipos de consumo en los que a menudo no hay un valor tangible recibido en la transacción, como, por ejemplo, en situaciones de caridad, donaciones y voluntariado.

Cabe señalar que en la definición de Oliver (1997) las emociones pueden influir en las respuestas en las encuestas de satisfacción y puede tener diferentes implicaciones para los consumidores en diferentes diferentes

contextos de consumo. El concepto de satisfacción ha recibido numerosas. El concepto de satisfacción ha recibido numerosas definiciones a lo largo del tiempo. Se puede clasificar en dos categorías principales: los que caracterizan la satisfacción como el resultado de un proceso (experiencia de consumo) o las que integran en la definición, la totalidad o una parte de este proceso (basado en la comparación) (Evrard, 1994; 6).

Se pueden encontrar otras definiciones en la literatura y otra más La conceptualización de la satisfacción destaca por las perspectivas que alcanza, a saber a saber. La satisfacción se ve desde cuatro perspectivas:

> i) La primera considera que la satisfacción es una búsqueda individual, un objetivo que debe alcanzarse mediante el consumo de productos y servicios. ii) La segunda presenta el punto de vista de la empresa. En una sociedad capitalista, la mayoría de las empresas buscan el beneficio y casi siempre su rentabilidad resulta de la venta repetida de sus productos o servicios a lo largo del tiempo. iii) La tercera muestra el mercado en su conjunto, donde cada vez más se ha examinado la satisfacción -y también la insatisfacción- de los consumidores para influir en la regulación de las políticas que rigen el mercado, tanto en el sector público como en el privado. iv) Por último, la perspectiva de la sociedad es la más amplia y trata de la satisfacción del individuo no sólo como agente de consumo de productos y servicios, sino como ciudadano en relación con su salud física, mental y financiera (Oliver Apud Lima y Nique, 2002, p. 5). Johnson, Anderson y Fornell (1995),

señalan que la satisfacción se considera acumulativa cuando se trata de una experiencia de consumo total con un determinado producto o servicio. Los consumidores utilizan a diario los servicios, que están en todas partes, interactuando con las acciones de las personas en la vida cotidiana sin ser conscientes de ello. A nivel individual, enviar una carta, ver la televisión, ir a la iglesia y consultar al médico son ejemplos de consumo de servicios (Hoffman y Bateson, 2003; Lovelock y Wright, 2003; 1). En la sanidad, al ser esencialmente una empresa de servicios, la satisfacción del consumidor será el resultado de la relación con el cliente, así como de los atributos existentes. Partiendo de esta premisa, es importante ofrecer un servicio de calidad y aumentar así la satisfacción del cliente. Oliver (Apud Almeida, 2003; 29) presenta una importante definición del constructo: La satisfacción puede entenderse como una evaluación de la sorpresa inherente a un producto y/o a la experiencia de consumo. En esencia, es el resumen del estado psicológico resultante cuando la emoción que rodea a las expectativas no confirmadas se ajusta a los sentimientos previos del consumidor sobre la experiencia de consumo.

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Calidad:**

  Se define calidad como la “totalidad de rasgos y características de un producto o servicio que se sustente en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas” y la bastante similar planteada en la norma internacional ISO 9000 que indica

que calidad es “la totalidad de las características de una entidad (proceso, producto, organismo, sistema o persona) que le confieren aptitud para satisfacer necesidades establecidas e implícitas”. (Imai G., 1998).

- Principios básicos de la calidad total

  Los principios fundamentales de este sistema de gestión son los siguientes:

  - Consecución de la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (interno y externo).

  - Desarrollo de un proceso de mejora continua en todas las actividades y procesos llevados a cabo en la empresa (implantar la mejora continua tiene un principio pero no un fin).

  - Total compromiso de la Dirección y un liderazgo activo de todo el equipo directivo.

  - Participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en equipo hacia una Gestión de Calidad Total.

- Involucración del proveedor en el sistema de Calidad Total de la empresa, dado el fundamental papel de éste en la consecución de la Calidad en la empresa.

- Identificación y Gestión de los Procesos Clave de la organización, superando las barreras departamentales y estructurales que esconden dichos procesos.

- Toma de decisiones de gestión basada en datos y hechos objetivos sobre gestión basada en la intuición. Dominio del manejo de la información. (Reader M, 2004).

- **Calidad de servicio**

  Es un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla (Ruiz F., 2001).

  La calidad del servicio es una prioridad para las organizaciones que lo venden y para los departamentos de servicio de las empresas manufactureras. Debe ser el centro de la estrategia en las empresas de servicio con el fin de diferenciarse y de obtener eficiencia en los costos, por el crecimiento de su participación en el mercado. La calidad del servicio es una estrategia beneficios

para un negocio dedicado a la prestación de servicio. (Deming, 2010).

Según Porter (2003), una de las herramientas más eficaces y usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar una ventaja competitiva sostenible es la calidad de servicio al cliente. Al desarrollar una estrategia de servicio al cliente se deben enfrentar tres decisiones básicas, qué servicios se ofrecerán, qué nivel de servicio se debe ofrecer y cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios. Interpretando a Beas (2006), la eficiencia y la eficacia se interrelacionan, pero la falta de eficacia no puede ser compensada con Eficiencia, por grande que sea esta, ya que no hay nada más inútil que hacer eficientemente, algo que no tiene ningún valor y que no contribuye en nada para la organización.

Bolaños (2005), La calidad de servicio juega un papel fundamental en aquellas organizaciones que quieran fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo.

- Las estrategias y la calidad de servicio

Palafox (2007) La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los

clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas. Ruiz (2011) De esta forma, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla. Las estrategias principales para lograr un servicio de calidad se pueden definir como las siguientes: Investigar y entender las necesidades y expectativas de los clientes. La información se obtiene mediante distintas formas de investigación, desde datos estadísticos y encuestas, hasta saber interpretar las quejas de los clientes. Comunicar las necesidades y expectativas de los clientes a través de la organización La comunicación, debería de ser fluida y sin tapujos, para obtener datos e información, conocer los defectos y mejorar servicio. Este punto se verá ampliamente desarrollado en otra sección. Medir la satisfacción del cliente y actuar según los resultados Todas las organizaciones debe tener medios para conocer la satisfacción del cliente e intentar mejorarla en vistas a los datos conocidos y las capacidades y posibilidades de la organización. El fin último es satisfacer al cliente en el máximo grado posible. Manejo sistemático de las relaciones con los clientes El cliente debe sentirse satisfecho a todos los niveles, incluso cuando efectúa quejas. Ha de hacerse todo lo posible para mantener contento al cliente eliminando todo elemento de insatisfacción Asegurar una aproximación balanceada satisfaciendo a los clientes y otras partes interesadas (como

propietarios, empleados, proveedores, financieros, comunidades locales y la sociedad como un todo) Si todo marcha bien, todo va bien. Para que todo marche bien, se debe dar que todo el mundo esté contento y no se produzcan problemas (elementos de roce o desajustes) que interfieran en la producción. Motivar al personal de la organización Si hay motivación en los miembros de la organización, se esforzarán por mejorar sus resultados e integrarse en la organización. Este compromiso acercará al personal a los objetivos de la organización y por lo tanto la calidad de servicio mejorará. Promover la iniciativa individual y la creatividad Cuando los miembros de la organización se implican y toman la iniciativa en su tarea se generan y transmiten nuevas y buenas ideas motivadas por el interés y obtenidas mediante el análisis de los datos y la experiencia. La implicación, mejora el flujo de datos por la organización. La creatividad puede ser una herramienta interesante para innovar en calidad de servicio. Incentivar la responsabilidad sobre los propios resultados Los miembros de la organización debiera actuar por sí mismos. Tienen la obligación de cumplir con las necesidades y expectativas de su labor en un proceso. Tienen que ejercer el liderazgo en su tarea y poner todo lo que se pueda de su parte para que la tarea se realice con éxito y se consigan los resultados deseados. Hacer sentir a los integrantes de la organización el deseo de participar y contribuir al proceso de mejora continua Los miembros de la organización no debieran estar mentalizados sino sentir la

necesidad de participar y contribuir a la mejora de la calidad. Para ello es conveniente que estén concienciados y motivados sobre la necesidad de participar en la gestión de la calidad. De este modo, el proceso de mejora continua se consigue por el propio dinamismo de la organización. Mejorar la tecnología de la organización. Para conseguir la máxima satisfacción en el cliente ha de mejorar la tecnología cuando resulte rentable pues los beneficios son inmediatos. La máxima calidad se obtiene con la unión de las mejoras tecnológicas y en el funcionamiento de la organización.

- **Definición de la Demanda:**

La demanda es la cantidad de mercancías y servicios que se pueden adquirir a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por un conjunto de consumidores (demanda total o demanda del mercado. La demanda es también la relación que existe entre los precios y las cantidades de una mercancía que los consumidores están dispuestos a comprar. Como curva de demanda. La demanda es una curva que se representa en un plano cartesiano; en el eje de las abscisas se anotan las cantidades y en el de las ordenadas, los precios. Se relacionan las cantidades con los precios y se obtienen puntos que al unirse dan una curva la cual, a su vez, es una función de demanda. (Boulding E., 2006).

- **Definición de la oferta**

  La oferta es la cantidad de mercancías y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a los diferentes precios que existen en el mercado en un momento determinado. Si la oferta es de un individuo, se habla de oferta individual; si es de todos los productores, se habla de oferta total o de mercado. Como curva de oferta. La oferta es una curva que se representa en un plano cartesiano; en el eje de las abscisas se anotan las cantidades y en el eje de las ordenadas se anotan los precios. Se relacionan las cantidades con los precios y se obtienen puntos que al unirse dan una curva, la cual se deriva de la tabla de oferta. (Kenneth E., 2006).

- **Cultura organizacional**

  Es el conjunto de hábitos, creencias, valores y tradiciones, interacciones y relaciones sociales típicos de cada organización. Representa la forma en que estamos acostumbrados a realizar las cosas. De la misma manera, toda organización tiene la suya. Se denomina" cultura organizacional" al modo de vida propio que cada organización desarrolla en sus miembros. La cultura de una organización no es estática, sino que experimenta alteraciones con el transcurso del tiempo, dependiendo de las condiciones internas y externas. Algunas organizaciones logran renovar

constantemente su cultura manteniendo su integridad y su personalidad, en tanto que otras permanecen con su cultura atada a patrones obsoletos y pasados de moda. (Kurtlewin L.2006).

- **Clima organizacional**

El cual constituye el medio interno de una organización y su atmósfera psicológica particular. El clima organizacional está íntimamente ligado a la moral y a la satisfacción de las necesidades humanas de sus miembros. (Snape T., 2009).

- **Desarrollo**

La tendencia natural de toda organización es crecer y desarrollarse. El desarrollo es un proceso lento y gradual que conduce al exacto conocimiento de sí misma y a la plena realización de sus potencialidades. (Tovar A., 2000).

- **Organización**

Una organización es la coordinación de diferentes actividades de participantes individuales con la finalidad de efectuar transacciones planeadas con el ambiente. Las contribuciones de cada participante varían en función del sistema de recompensas y contribuciones para la organización. Toda organización actúa en determinado ambiente y su existencia y supervivencia dependen

de cómo se relacione con ese medio. Por tanto debe ser estructurada y dinamizada en función de las condiciones y circunstancias en que opera. (Karl W., 2001).

- **Servicios**

Es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes/público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial. Prestar un servicio implica el interés que ponemos para descubrir las necesidades y deseos de nuestros clientes o público usuario, a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlas. El servicio es inmaterial, no podemos llevarlo en nuestros maletines, se encuentra en nuestro interior, tiene consecuencias favorables en el cliente/público usuario y brinda satisfacción profesional a quien lo proporciona. (Fischer N., 2004).

- Características de servicio

Intangibilidad: esta es la característica más importante de los servicios. Consiste en que éstos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de su adquisición por los compradores. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer. Los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso evaluar su calidad antes de la prestación.

Heterogeneidad o variabilidad: dos de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo. Incluso esto se observa sólo con la modificación del estado de ánimo de la persona que entrega o del que recibe el servicio. Por esto en la práctica resulta necesario prestar atención a las personas que en nombre de la empresa prestarán los servicios.

Inseparabilidad: en los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar su venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

Perecedero: los servicios no se pueden almacenar por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado no se puede realizar en otro momento. (González R.1999).

CAPITULO III

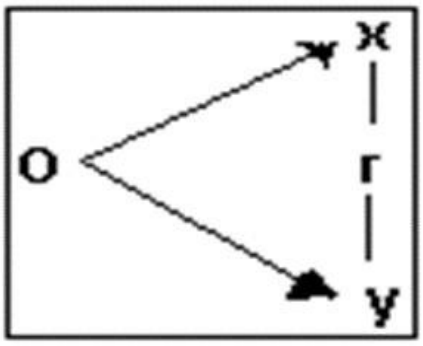
METODOLOGIA

3.1. TIPO DE INVESTIGACION

La investigación está basada en de la investigación descriptiva, debido a que se obliga que en la investigación descriptiva y explicativa tiene como objetivo identificar el grado de relación que hay entre dos o más variables en un tramo particular y pretendemos ver si están o no coherentes en los sujetos y, la cual se examinó la correlación.

3.2. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Es correlacional porque se sitúa a instituir el grado de relación que estará entre las dos variables sin ser manipuladas (Hernández y Batista, 1998). El esquema del diseño es el siguiente:



Donde:

O = Información del tipo de relación de la V1 y V2.

X = Variable 1: Calidad de Servicio (Variable 1)

r = Tipo de relación que existe entre la V1 y V2.

Y = Variable 2: Satisfacción de Usuarios

.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 POBLACIÓN

Está representada por 384, 168 habitantes en la provincia de Coronel Portillo, a su vez trabajamos con la población de Callería 136,478 habitantes.

3.2.2 Muestra

La muestra se determinó el tamaño de muestra a un nivel de confianza del 99%, un error del 10%, probabilidad de éxito del 50%. Fórmula para población finita:

$$n = \frac{K^2\ p\ q\ N}{E^2\ (N-1) + K^2\ p\ q}$$

Donde: K = Nivel de confianza 99% = 2.58

P= Probabilidad positiva= 0.5

Q= Probabilidad negativa= 0.5

N= Población = 136,478 habitantes

Error = 10%

$$\text{Entonces: } \frac{2.58^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 136{,}478}{0.10^2 \times (136{,}478 - 1) + 2.58^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

Igual a 166 usuarios que conforman la muestra.

3.4 PROCEDIMIENTO DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Se emplearon los instrumentos para lograr la información oportuna de las variables de estudio. Los datos alcanzados serán la base del análisis. El detalle de la causa de recolección de datos se muestra a continuación:

a. Definir de forma clara las variables que se van medir, los objetivos y las hipótesis presentadas en la investigación.
b. Contar con la investigación de la población y muestra.
c. Obtener los tipos de instrumentos y validarlos.
d. Usar los instrumentos a la población muestra.
e. Conseguidos los datos, se procederá a procesar la información, para luego analizarla y generar resultados, conclusiones y discusiones de los resultados logrados, y se corresponderá con lo planteado en el marco teórico.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. Técnicas

La técnica que se realizó en esta indagación, fue la encuesta o cuestionario, y se aplicaron preguntas que miden aspectos notables de las variables estudiadas.

3.6. TRATAMIENTO DE LOS DATOS

Ya logradas las faces mencionadas antes, se tocó convivir con la realidad, con los individuos en estudio, lo que repercutó producir los datos iniciales. Es decir el tratamiento de los datos alcanza cuatro

procesos: la recolección, la organización, el análisis y la interpretación de los datos.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En esta parte de la investigación se aprecia los resultados cuantificados, el análisis e interpretación de los datos obtenidos. En ese sentido la información lograda se presentó en cuadros y gráficos estadísticos por medio del software estadístico SPSS 24.0, todo ello para representar y comprender mejor los resultados logrados, del mismo modo se hizo la prueba de hipótesis aplicando coeficiente de correlación de Pearson o el coeficiente Rho de Spearman, conforme sea la distribución de los datos. En la toma de decisión de esta investigación con el mismo sistema antes señalado; los mismos que indicaran con mayor exactitud la investigación titulada **"**Calidad de servicio y satisfacción de usuarios de la gerencia de desarrollo social y económico de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo 2021".

4.1.1. Descripción y análisis de resultados para los objetivos

Tabla N° 1. Resultados de la Variable 1 Calidad de Servicio

Calidad de Servicio	Recuento	%
Buena	133	80,0%
Regular	22	13,3%
Mala	11	6,7%
Total	166	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado el 07/09/2021

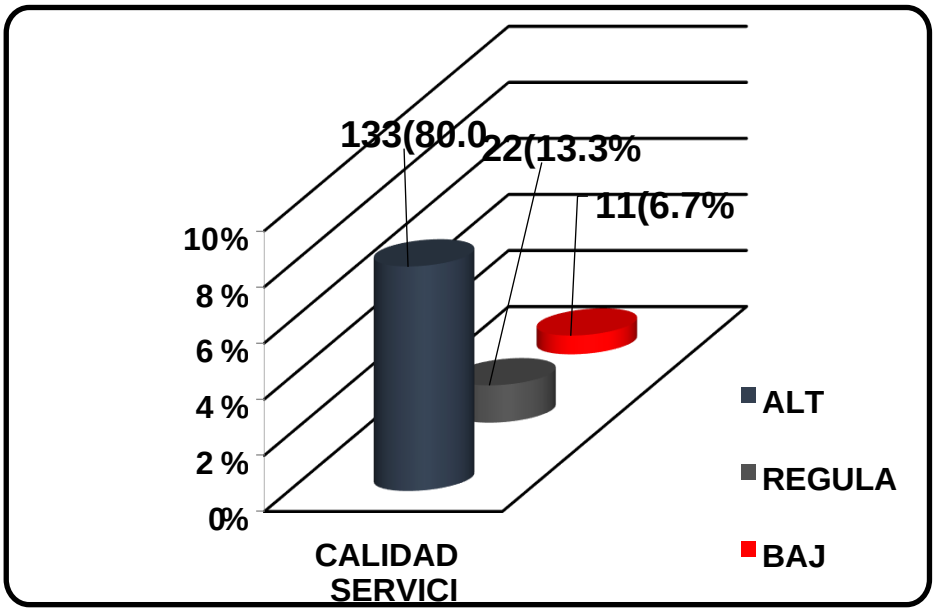


Figura N° 3. Resultados de la Variable 1- Calidad de Servicio

Interpretación:

En la tabla N° 1 y su gráfico indican que, el total de la muestra (166), en cuanto a la variable calidad de servicio, que se confirma que: el 80% de los usuarios respondieron que la calidad de servicios de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es alta, el 13.3% de los usuarios respondieron que la calidad de servicios de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es regular y el 6.70% de los usuarios respondieron que la calidad de servicios de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es baja, en la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo 2021.

Tabla N° 2. Resultados de la Variable 2 Satisfacción de Usuarios

Satisfacción de Usuarios	Recuento	%
Buena	136	81,7%
Regular	25	15,0%
Mala	5	3,3%
Total	166	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado el 07/09/2021

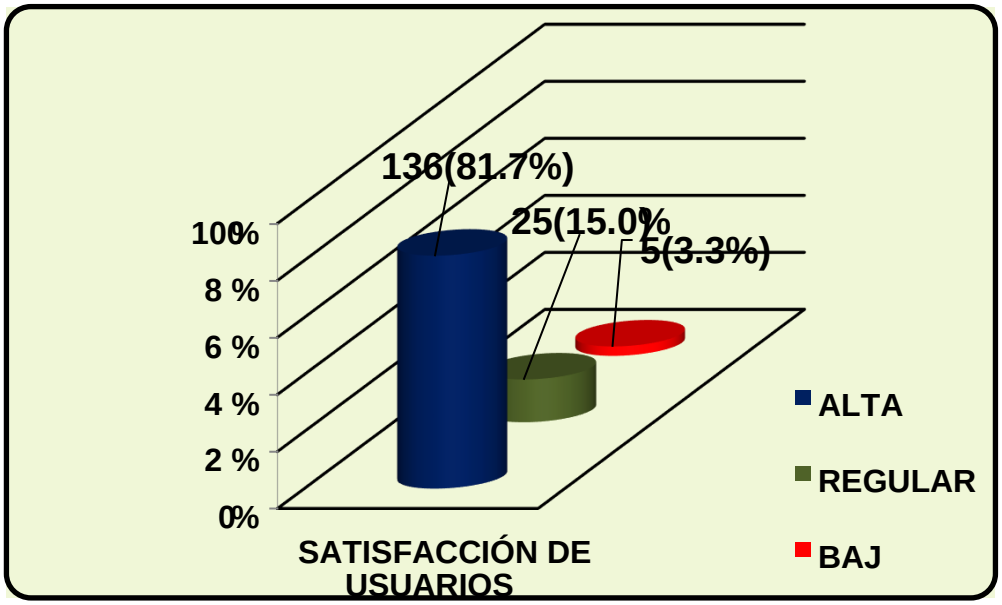


Figura N° 4. Resultados de la Variable 2 *Satisfacción de Usuarios*

Interpretación:

En la tabla N° 2 y su gráfico indican que, el total de la muestra (166), en cuanto a la variable satisfacción de usuarios, que se confirma que: el 81.7% de los usuarios respondieron que la satisfacción de usuarios en la gerencia de Desarrollo Social y Económico es alta, el 15% de los usuarios respondieron que satisfacción de usuarios en la

gerencia de Desarrollo Social y Económico es regular y el 3.3% de los usuarios respondieron que calidad de servicio en la gerencia de Desarrollo Social y Económico es baja, en la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo 2021.

Tabla N° 3. Resultados de la Dimensión Empatía del Personal y la Satisfacción de Usuarios

Empatía del Personal	Recuento	%
Buena	145	90,0%
Regular	11	6,6%
Mala	10	3,4%
Total	166	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado el 07/09/2021

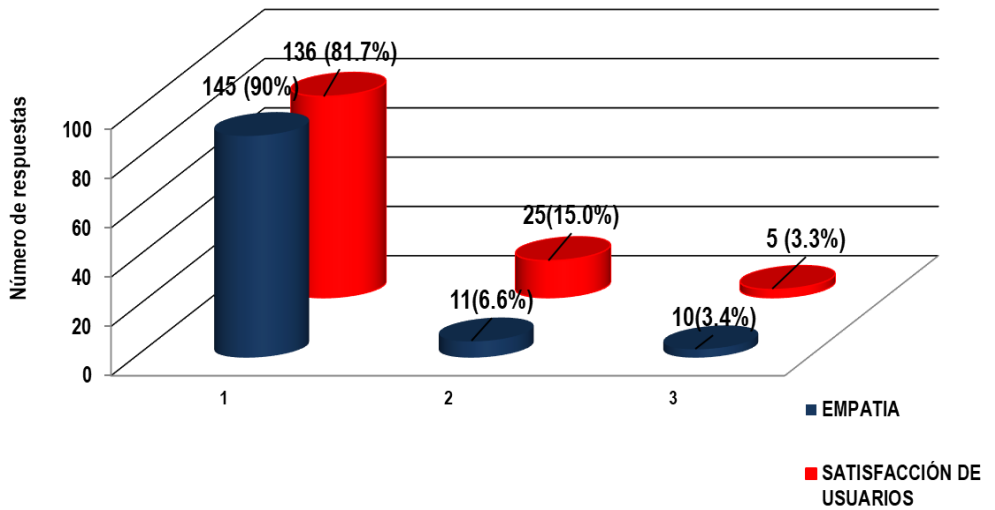


Figura N° 5. Resultados de la Dimensión Empatía del Personal y Satisfacción de Usuarios

Interpretación:

La tabla y su figura indican que, el total de la muestra (166), en cuanto a la relación entre la dimensión empatía del personal y Satisfacción de usuarios, se afirma que: el 90.0% de los usuarios respondieron que la empatía de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es alta, el 6.6% de los usuarios respondieron que la empatía de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es regular y el 3.4% de los usuarios respondieron que la empatía de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es baja.

Tabla N° 4. Resultados de la Dimensión Elementos Intangibles y Satisfacción de Usuarios

Elementos Intangibles	Recuento	%
ALTA	141	85,0%
REGULAR	17	10,0%
BAJA	8	5,0%
Total	166	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado el 07/09/2021

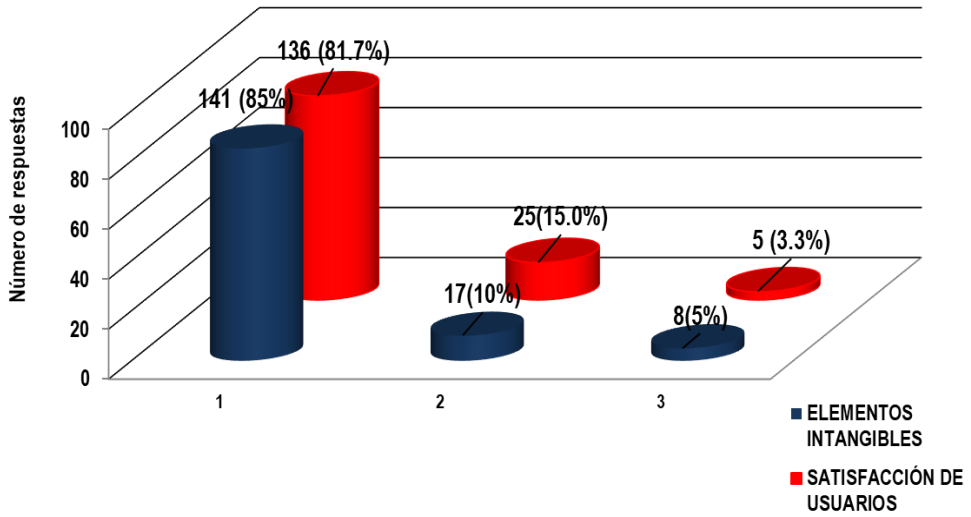


Figura N° 6. Resultados de la Dimensión Elementos Intangibles y Satisfacción de Usuarios

Interpretación:

La tabla N° 4 y su figura indican que, el total de la muestra (166), en cuanto a la relación entre la dimensión de elementos intangibles y Satisfacción de usuarios, se afirma que: el 85% de los usuarios respondieron que los elementos intangibles como trabajo en equipo de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es alta, el 10% de los usuarios respondieron que los elementos intangibles como trabajo en equipo de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es regular y el 5% de los usuarios respondieron que los elementos intangibles como trabajo en equipo de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es baja.

Tabla N° 5. Resultados de la dimensión Competencia del Personal y Satisfacción de Usuarios

Competencia del Personal	Recuento	%
ALTA	130	78,3%
REGULAR	22	13,4%
BAJA	14	8,3%
Total	166	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado el 07/09/2021

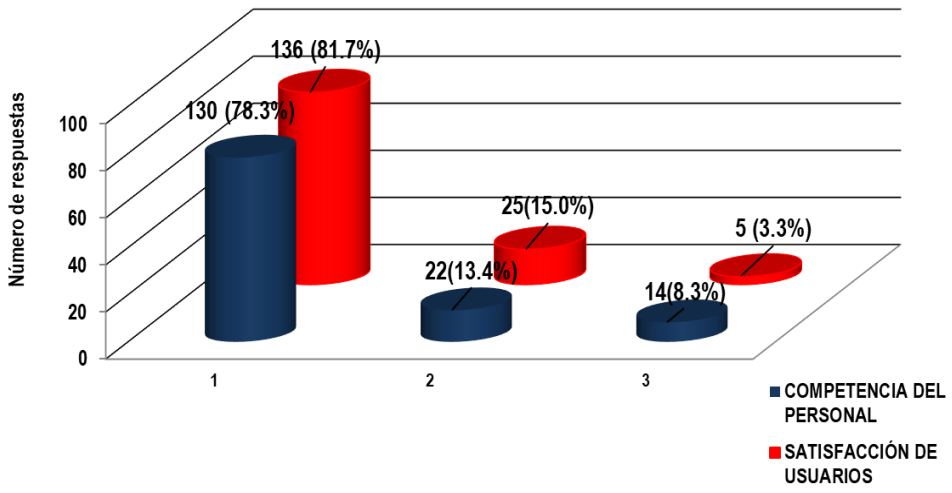


Figura N° 7. Resultados de la dimensión Competencia del Personal y Satisfacción de Usuarios

Interpretación:

La tabla N° 5 y su figura indican que, el total de la muestra (166), en cuanto a la relación entre la dimensión de Competencia del Personal y Satisfacción de usuarios, se afirma que: el 78.3% de los usuarios respondieron que la competencia del personal como la eficiencia de los

trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico es alta, el 10% de los usuarios respondieron que la competencia del personal como la eficiencia de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico es regular y el 5% de los usuarios respondieron que la competencia del personal como la eficiencia de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico es baja.

.

Tabla N°6. Resultados de la dimensión Comunicación que maneja el Personal y Satisfacción de Usuarios.

Comunicación que maneja el Personal	Recuento	%
ALTA	144	86,7%
REGULAR	19	11,6%
BAJA	3	1,7%
Total	166	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado el 07/09/2021

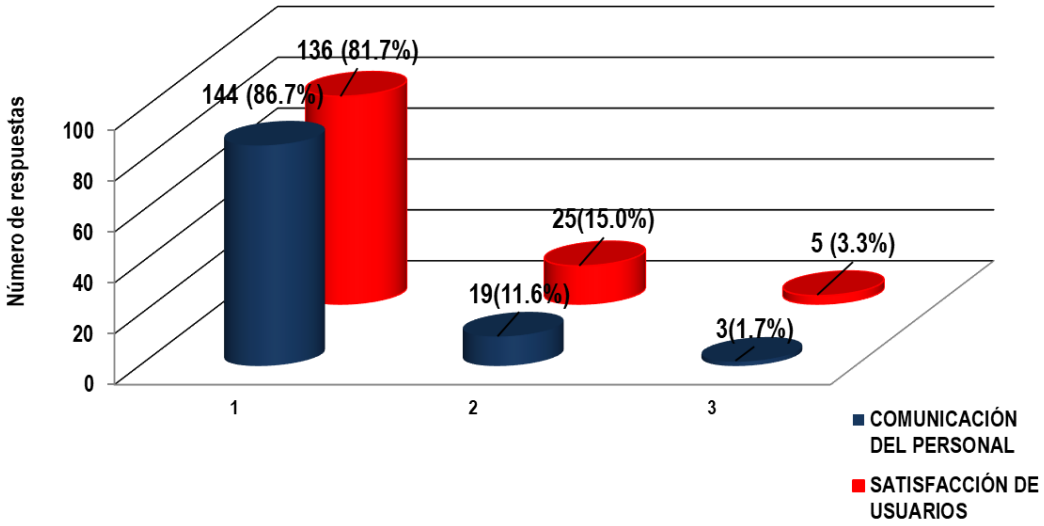


Figura N° 8. Resultados de la dimensión Comunicación que maneja el Personal y Satisfacción de Usuarios.

Interpretación:

La tabla N° 6 y su figura indican que, el total de la muestra (166), en cuanto a la relación entre la dimensión de Comunicación del Personal y Satisfacción de usuarios, se afirma que: el 86.7% de los usuarios respondieron que la Comunicación del Personal de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es alta, el 10% de los usuarios respondieron que la Comunicación del Personal de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es regular y el 5% de los usuarios respondieron que la Comunicación del Personal de los trabajadores de la gerencia de Desarrollo Social y Económico es baja.

.

4.1.2. Descripción y análisis de resultados para responder las hipótesis

En esta indagación se aplicó la prueba de Rho de Spearman de correlación entre dos variables cualitativas ordinales, asimismo, se consideró con un nivel de significación de 0.05. También, los cálculos y resultados para las pruebas de hipótesis se lograron usando el Software Estadístico SPSS 24.0, y posterior se tomaron decisiones de aceptación o rechazo vinculadas a la hipótesis nula o alterna, de acuerdo al valor "p" obtenido, es decir si: *Si el valor "p" es menor de 0.05, entonces se acepta la hipótesis alterna o de la investigación y se rechaza la hipótesis nula. Si el valor "p" es mayor de 0.05, entonces se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna.*

a. Prueba de Hipótesis de correlación de Rho de Spearman entre la calidad de servicio y satisfacción de usuarios.

Tabla N° 7. Prueba de Hipótesis entre la calidad de servicio y satisfacción de usuarios.

Rho de Spearman			calidad de servicio	satisfacción de usuarios
Rho de Spearman	calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	0,245
		Sig. (bilateral)	**-**	**0,009**
		N	166	166
	satisfacción de usuarios	Coeficiente de correlación	0,245	1,000
		Sig. (bilateral)	**0,009**	**-**
		N	166	166

Fuente: Anexo 1 y 2.

Decisión estadística:

De la tabla N° 07, se observa el valor “p” asociado de 0.009 y es menor a 0.05, lo cual la prueba Rho de Spearman fue significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis general de investigación. Es decir, la relación de la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. Es significativa.

b. Prueba de Hipótesis de correlación de Rho de Spearman entre la dimensión Empatía del Personal y la Satisfacción de Usuarios.

Tabla N° 8. Prueba de Hipótesis entre la Empatía del Personal y la Satisfacción de Usuarios.

Prueba de Hipótesis de correlación de Rho de Spearman			**Dimensión Empatía del Personal**	**Variable 2 Satisfacción de Usuarios**
Rho de Spearman	**Empatía del Personal**	Coeficiente de correlación	1,000	0,568
		Sig. (bilateral)	-	**0,022**
		N	166	166
	Variable 2 Satisfacción de Usuarios	Coeficiente de correlación	0,568	1,000
		Sig. (bilateral)	**0,022**	-
		N	166	166

Fuente: Anexo 1 y 2.

Decisión estadística:

De la tabla N° 08, se observa el valor “p” asociado de 0.022 y es menor a 0.05, lo cual la prueba Rho de Spearman fue significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis especifica 1 de investigación. Es decir, la relación

de la Empatía del Personal y la Satisfacción de Usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. es significativa.

c. **Prueba de Hipótesis entre la dimensión: Elementos Intangibles y la Satisfacción de Usuarios, a través de la correlación de Rho de Spearman.**

Tabla N° 9. Prueba de Hipótesis entre la dimensión: Elementos Intangibles y la Satisfacción de Usuarios.

Prueba de Hipótesis de correlación de Rho de Spearman			Dimensión Elementos Intangibles	La Satisfacción de Usuarios
Rho de Spearman	**Dimensión Elementos Intangibles**	Coeficiente de correlación	1,000	0,352
		Sig. (bilateral)	-	**0,014**
		N	166	166
	Variable 2 La Satisfacción de Usuarios	Coeficiente de correlación	0, 352	1,000
		Sig. (bilateral)	**0,026**	-
		N	166	166

Fuente: Anexo 1 y 2.

Decisión estadística:

De la tabla N° 09, se observa el valor “p” asociado de 0.014 y es menor a 0.05, lo cual la prueba Rho de Spearman fue significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis especifica 2 de investigación. Es decir, la relación de elementos intangibles y la Satisfacción de Usuarios de la

Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. Es significativa.

d. Prueba de Hipótesis de correlación de Rho de Spearman entre la Competencia del Personal y la Satisfacción de Usuarios.

Tabla N° 10. Prueba de Hipótesis entre la dimensión Competencia del Personal y la Satisfacción de Usuarios.

Prueba de Hipótesis de correlación de Rho de Spearman			Dimensión Competencia del Personal	Variable 2 Satisfacción de Usuarios
Rho de Spearman	**Dimensión Competencia del Personal**	Coeficiente de correlación	1,000	0,045
		Sig. (bilateral)	-	**0,012**
		N	166	166
	Variable 2 Satisfacción de Usuarios	Coeficiente de correlación	0,045	1,000
		Sig. (bilateral)	**0,012**	-
		N	166	166

Fuente: Anexo 1 y 2**.**

Decisión estadística:

De la tabla N° 10, se observa el valor “p” asociado de 0.012 y es menor a 0.05, lo cual la prueba Rho de Spearman fue significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis especifica 3 de investigación. Es decir, la relación de la Competencia del Personal y la Satisfacción de Usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. Es significativa.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. Si hay relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo, debido a los resultados que se observa en el valor “p” asociado de 0.009 es menor a 0.05, lo cual la prueba Rho de Spearman si fue significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis general de investigación, se define que la calidad de servicio si se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

2. La relación de la empatía del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo si es significativa el valor “p” asociado de 0.022 y es menor a 0.05, lo cual la prueba Rho de Spearman fue si es significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna 1 de investigación, la empatía del personal si es preponderante para la satisfacción de los usuarios.

3. La relación de los elementos intangibles con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo si es significativa el valor “p” asociado de 0.014 y es menor a 0.05, lo cual la prueba

Rho de Spearman fue si es significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna 1 de investigación, los elementos intangibles si son preponderantes para la satisfacción de los usuarios.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Se propone al gerente de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo, realizar talleres de fortalecimiento en calidad de servicio para mejorar el nivel de la satisfacción de los usuarios.

2. Se sugiere al gerente de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo seguir fomentando técnicas eficientes sobre la empatía del personal para mejorar el nivel de la satisfacción de los usuarios.

3. Se sugiere al gerente de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo seguir fortaleciendo los elementos intangibles como el trabajo en equipo y mejorar nivel de mejorar el nivel de la satisfacción de los usuarios.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARIAS TRIGUEROS, E. E., CANESSA CORREA, P. C., & VEGA ESCUDERO, M. D. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCION DE LOS USUARIOS EN LA GERENCIA DE DESARROLLO SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA, 2016. LIMA, PERU.

ATAO HUAMÁN, M. (2016). CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA SUB GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL, DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JERÓNIMO – 2015. Andahuaylas , Perú.

Caruajulca Yoplac , N. M. (2016). "MODELO DE GESTIÓN PARA LA EFICIENCIA Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA ATENCIÓN AL USUARIO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE RODRIGUEZ DE MENDOZA – AMAZONAS, 2015" . CHACHAPOYAS , PERÚ .

Clovis., R. (2008). *Gestão Estratégica Escolar. 3ª ed.* Petrópolis: Vozes.

FERREIRA LIMA , E. (s.f.).

FERREIRA LIMA , E. (2011). UM ESTUDO SOBRE A IMPLEMENTAÇÃO DE UM PROGRAMA DE GESTÃO DE QUALIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO: CASO QUALIFOR PROGRAMA DE MELHORIA DA QUALIDADE DE OBRAS PÚBLICAS DA PREFEITURA DE FORTALEZA . FORTALEZA , BRASIL.

GALUCIO DE ALMEIDA, H. (2016). A QUALIDADE DO PROGRAMA BOLSA UNIVERSIDADE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE MANAUS: UM ESTUDO DE CASO. MANAUS, BRASIL.

MARIN BORUNDA , D. Y. (2017). CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA VETERINARIA "SAN ROQUE" DE LA CIUDAD DE HUANUCO - 2017 . HUANUCO , PERU.

Meng-Hsiu , L. S. (2009). EFFECTS OF JOB SATISFACTION IN RELATION TO TURNOVER INTENTIONS AND EMPLOYEE RETIREMENT INCOME PLANNING---THE CASE OF TAIWAN.

NUNES GADELHA, M. D. (2012). ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN HOSPITALES UNIVERSITARIOS DEL NORDESTE (BRASIL). BRASIL.

Ribeiro, R., Eloy, S., & Esteves, P. (2020). El espacio comercial y la satisfacción de los usuarios: uso de la realidad virtual inmersiva para la simulación de alternativas de diseño. *arq.urb-número 28*, 218 - 239.

SENTHILKUMAR, N., & ARULRAJ, A. S.-H. (2011.). Determination of service quality measurement of higher education in India. *Journal of Modelling in Management. v.*, p. 60-78,.

SOCORRO NUNES GADELHA , M. D. (2012). ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE

SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN HOSPITALES UNIVERSITARIOS DEL NORDESTE BRASIL . BRASIL .

Yin Yen , P. (2010). Health Information Technology Usability Evaluation: Methods, Models, and Measures . USA.

ANEXOS

Instrumento 1: Instrumento de Calidad de servicios

INDICACIONES

Sr. usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, esta encuesta tiene por objetivo recabar datos de la Calidad en el Servicio. El cuestionario es en forma anónima, por lo que le solicitamos transparencia en tu respuesta, escribiendo una aspa (X) debajo de la alternativa que consideres correcta.

DIMENSIONES	ITEM	VALORACIÓN		
		Siempre	A veces	Nunca
Fiabilidad	**1.** La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo cumple con el servicio prometido de calidad.			
	2. La Municipalidad Provincial de Coronel Portill obrinda el servicio o producto en el tiempo aceptable.			
	3. La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo muestra disposición en la solución de sus problemas			
	4. La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo desarrolla el servicio de forma eficaz en la primera atención.			
Tangibilidad	**5.** La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo tiene infraestructuras visualmente confortables.			
	6. La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo cuenta con equitación moderna.			
	7. El personal de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo que atiende tiene buen aspecto.			
Empatía	**8.** La atención que brinda el personal de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo es individualizada.			
	9. La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo tiene horario de atención conveniente.			
	10. La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo se identifica por sus tedencias.			
Control	**11.** La conducta del personal de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo le inspira confianza			
	12. El personal de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo es amable.			
	13. El personal de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo le inspira seguridad.			

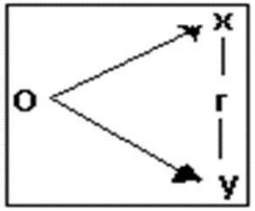
Instrumento 2: Instrumento de Satisfacción de usuarios

INDICACIONES

Sr. usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, esta encuesta tiene por objetivo recabar datos de la Satisfacción de usuarios. El cuestionario es en forma anónima, por lo que le solicitamos transparencia en tu respuesta, escribiendo una aspa (X) debajo de la alternativa que consideres correcta.

N°	ITEMS	Nunca	A Veces	Siempre
01	Cuando tengo dificultades, el personal del centro de información puede ayudarme a resolver los problemas			
02	El personal del centro de información tiene una buena actitud de servicio.			
03	El sistema de información cuenta con software y hardware actualizados periódicamente.			
04	El sistema de información es fiable.			
05	Los empleados del centro de información hacen bien su trabajo.			
06	El nivel de información emitido es adecuado.			
07	La integridad de la información es correcta.			
08	La información es precisa.			
09	La precisión de la información es adecuada.			
10	Los resultados se presentan en un formato útil.			
11	La información es clara			
12	El sistema de información es fácil de usar.			
13	El sistema de información, comparado con otros programas informáticos, es fácil de aprender.			

Anexo: matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES
PROBLEMA GENERAL ¿ Qué relación existe entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021? **PROBLEMASESPECÍFICOS** 1. ¿Qué relación existe entre la empatía del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021? 2. ¿ Qué relación existe entre los elementos intangibles con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021? 3. ¿ Qué relación existe entre la competencia del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021? 4. ¿ Qué relación existe entre la comunicación que maneja el personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021?	**OBJETIVO GENERAL** Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021 **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** 1. Determinar la relación que existe entre la empatía del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. 2. Determinar la relación que existe entre los elementos intangibles con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. 3. Determinar la relación que existe entre la competencia del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. 4. Determinar la relación que existe entre la comunicación que maneja el personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.	**HIPÓTESIS GENERAL** Existe relación entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. **HIPÓTESIS ESPECIFICAS** 1. Existe relación directa entre la empatía del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. 2. Existe relación directa entre los elementos intangibles con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. 3. Existe relación directa entre la competencia del personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021. 4. Existe relación directa entre la comunicación que maneja el personal con la satisfacción de los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad Provincial De Coronel Portillo 2021.	**DISEÑO** No experimental, de tipo descriptivo correlacional. **ESQUEMA**  Donde: M = Muestra r: Tipo de relación existente entre las variables de estudio. $X=V_1$ = Calidad De Servicio $Y=V_2$ = Satisfacción de Usuarios.	**VARIABLE 1:** CALIDAD DE SERVICIO **DIMENSIONES** ✞ Empatía del personal. ✞ Elementos intangibles. ✞ Competencia del personal. ✞ Comunicación que maneja el personal. **VARIABLE 2:** SATISFACCIÓN DE USUARIOS **DIMENSIONES** ✞ **Fiabilidad** ✞ **Seguridad** ✞ **Capacidad de Respuesta** ✞ **Empatía**