

Transformando la experiencia ciudadana: Análisis de la calidad de servicio y satisfacción en la oficina de atención al ciudadano de una municipalidad de la Selva Central, Perú 2022

Transforming the citizen experience: Analysis of service quality and satisfaction in the citizen service office of a municipality in the Central Selva, Peru 2022

Adalith Anyela, Meza Alcantara ; Janny kety, Ambrosio Peña ; Diana, Pariona Amaya  ; Carlos Marino, Romero Cisneros ; Diego Alonso, Tello Porras ; Franco Jesús, Torres Ruiz ; Jefrin Marlon, Silva Murillo 

Universidad Peruana Los Andes, Huancayo, Perú.

Resumen

La necesidad de comprender la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la oficina de Atención al Ciudadano de una municipalidad radica en que una atención deficiente puede afectar la percepción y confianza de la ciudadanía en las instituciones públicas. El objetivo de esta investigación fue establecer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la oficina de Atención al Ciudadano de una municipalidad de la Selva Central, Perú 2022. Se utilizó un enfoque metodológico general con el método hipotético-deductivo como específico y se adoptó un diseño cuantitativo, no experimental, de corte transversal y descriptivo. La población objeto del estudio estuvo conformada por 800 usuarios de la municipalidad provincial de Chanchamayo que accedieron al centro de atención. Se seleccionó una muestra de 195 usuarios mediante muestreo no probabilístico. Para el análisis, se aplicó una fórmula estadística finita y se utilizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, complementado con encuestas. La prueba estadística empleada fue el coeficiente Rho de Spearman, utilizando el software SPSS para el análisis de datos. Los resultados mostraron un índice de correlación de Rho de Spearman que indica una correlación positiva fuerte entre calidad de servicio y satisfacción del usuario, con un coeficiente $r=0.857$ y un valor de $p<0.00$. Estos hallazgos llevaron a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, confirmando que una mejor calidad en el servicio se asocia significativamente con una mayor satisfacción entre los usuarios.

Palabras clave: calidad de servicio, satisfacción del usuario, atención al ciudadano, municipalidad.

Abstract

The need to understand the relationship between service quality and user satisfaction in the Citizen Service Office of a municipality lies in the fact that poor service can affect the public's perception and trust in public institutions. The objective of this research was to establish the relationship between service quality and user satisfaction in the Citizen Service Office of a municipality during the year 2022. A general methodological approach was used with the hypothetical-deductive method as a specific approach, and a quantitative, non-experimental, cross-sectional, and descriptive design was adopted. The study population consisted of 800 users of the provincial municipality of Chanchamayo who accessed the service center. A sample of 195 users was selected through non-probability sampling. For the analysis, a finite statistical formula was applied, and a questionnaire was used as a data collection instrument, complemented by surveys. The statistical test used was the Spearman's Rho coefficient, and SPSS software was used for data analysis. The results showed a Spearman's Rho correlation index indicating a strong positive correlation between service quality and user satisfaction, with a coefficient of $r=0.857$ and a p-value of <0.00 . These findings led to the rejection of the null hypothesis and acceptance of the alternative hypothesis, confirming that better service quality is significantly associated with higher user satisfaction.

Keywords: service quality, user satisfaction, citizen service, municipality.

Recibido/Received	17-08-2024	Aprobado/Approved	18-11-2024	Publicado/Published	19-11-2024
-------------------	------------	-------------------	------------	---------------------	------------

Introducción

La calidad del servicio y la satisfacción del usuario son componentes fundamentales en la gestión pública, especialmente en las oficinas de atención al ciudadano, donde se busca garantizar una experiencia positiva para los ciudadanos. La calidad del servicio no solo se traduce en la eficiencia operativa, sino que también refleja el compromiso de las instituciones públicas con el bienestar de la comunidad a la que sirven. En este sentido, se ha evidenciado la importancia de la calidad del servicio en diferentes contextos. Por ejemplo, Vergara et al. (2020) llevaron a cabo un análisis sobre la calidad del servicio y los determinantes de la satisfacción en usuarios de servicios hospitalarios en Cartagena de Indias, concluyendo que una mayor eficiencia en el servicio se traduce directamente en una mejor percepción de calidad. De manera similar, Reyes y Veliz (2021) encontraron una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa.

Estos hallazgos son corroborados por Prado (2020), quien destacó que las prácticas de gestión de personas tienen un impacto positivo en la satisfacción del usuario dentro del sector público. Investigaciones adicionales realizadas por Ydrogo (2022) y Cabrera (2022) también subrayan que el desempeño laboral de los colaboradores influye directamente en la calidad del servicio ofrecido a los ciudadanos. En particular, Ydrogo (2022) identificó que, aunque el desempeño laboral era adecuado, existían carencias en las estrategias motivacionales que podrían potenciar aún más el servicio al ciudadano.

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia del Cliente (DEC, 2023) resalta que los consumidores prefieren interacciones personalizadas con representantes humanos en lugar de sistemas automatizados. Este hallazgo es crucial dado el contexto actual marcado por incertidumbres económicas y políticas, que afectan directamente las experiencias de los usuarios. El informe enfatiza la necesidad de escuchar a los clientes mediante el feedback y mejorar continuamente las habilidades y motivaciones del personal para ofrecer un servicio excepcional. Así, se establece que un 73% de los consumidores españoles se sienten satisfechos con sus experiencias recientes, lo que refuerza la idea de que una atención personalizada puede generar lealtad hacia las marcas.

Asimismo, el informe revela que el 82% de los clientes confían más en las marcas que ofrecen una experiencia satisfactoria y que un 81% recomendaría positivamente un producto o servicio a su círculo cercano. Esto sugiere que las empresas deben priorizar el acercamiento personalizado a sus clientes para fomentar relaciones duraderas y sostenibles. En este sentido, se observa que solo el 3% de los consumidores están realmente fidelizados con las marcas actuales, lo cual indica un área crítica para mejorar.

En este marco, se hace evidente que la gestión pública debe centrarse en mejorar no solo la calidad del servicio, sino también en crear un entorno donde los ciudadanos se sientan escuchados y valorados. Esto implica adoptar enfoques estratégicos que prioricen el feedback y promuevan una cultura organizacional orientada hacia el usuario. La implementación de sistemas de gestión de calidad, como los propuestos por las normas ISO y otras certificaciones relevantes, puede ser un paso decisivo para alcanzar estos objetivos (Bernal, 2016; Hernández & Mendoza, 2018). Así, este estudio no solo busca analizar las relaciones entre calidad del servicio y satisfacción del usuario, sino también ofrecer recomendaciones prácticas para optimizar estos aspectos en las oficinas de atención al ciudadano.

Este estudio se propone no solo analizar estas relaciones, sino también ofrecer recomendaciones prácticas para optimizar el servicio y mejorar así la experiencia ciudadana. A través de un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, se busca obtener datos significativos que permitan establecer un diagnóstico claro sobre el estado actual de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la municipalidad estudiada. Con ello, se espera contribuir a un entendimiento más profundo sobre cómo las administraciones públicas pueden transformar su relación con los ciudadanos mediante mejoras en

Meza Alcantara , A. A., Ambrosio Peña, J. kety, Pariona Amaya, D., Romero Cisneros, C. M., Tello Porras, D. A., Torres Ruiz , F. J., & Silva Murillo, J. M. (2024). Transformando la experiencia ciudadana: Análisis de la calidad de servicio y satisfacción en la oficina de atención al ciudadano de una municipalidad de la Selva Central, Perú 2022. *E-Revista Multidisciplinaria Del Saber*, 2, e-RMS04112024. <https://doi.org/10.61286/e-rms.v2i.98> sus servicios. La investigación tiene como finalidad proporcionar un marco teórico y práctico que sirva como guía para futuras intervenciones y políticas públicas orientadas a elevar los estándares de atención al ciudadano, fomentando así un ambiente más receptivo y eficiente dentro del sector público.

Materiales y métodos

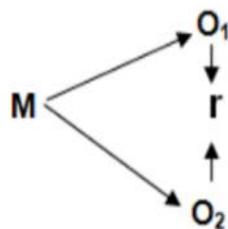
La investigación se clasifica como no experimental, también conocida como descriptiva, ya que el investigador no manipula las variables ni la población. Además, es correlacional porque el objetivo fue determinar si existía una relación entre las variables de estudio (Mártinez, 2020).

Diseño Transversal

De acuerdo con Martínez (2020), los estudios transversales se inscriben dentro de los tipos de investigación básica o pura y son considerados estudios observacionales. Estos se enfocan en realizar comparaciones y no en el seguimiento de las variables. Las variables de estudio son medidas en un momento determinado, lo que permite captar la esencia de la línea de investigación.

Diseño cuantitativo

Los diseños cuantitativos se caracterizan por el uso de encuestas en la investigación, lo que incluye la recopilación de cantidades y porcentajes. La existencia de datos numéricos relevantes para la investigación indica que se trata de un diseño cuantitativo (Mártinez, 2020).



Donde:

- M : Muestra.
- O1 : Observación de la primera variable.
- O2 : Observación de la segunda variable.
- r : Relación entre las variables

Figura 1. Esquema del diseño de la investigación

Población y Muestra

Población

Es fundamental identificar a toda la población que comprende a todas las personas, animales u objetos que ocupan un contexto específico de estudio. Si la población es relativamente grande, se utiliza una muestra; en caso contrario, si es pequeña, se trabaja con todos los integrantes. En esta investigación se consideró a 800 usuarios de la municipalidad provincial de Chanchamayo que acuden al centro de atención (Mártinez, 2020).

Muestra

Cuando la población es grande, resulta complicado considerar a todos sus integrantes; esto requeriría mucho tiempo y recursos económicos. Por lo tanto, es necesario extraer una porción del total, conocida como "muestra representativa". Los resultados obtenidos pueden aplicarse a toda la población, siempre que se utilice una fórmula estadística que considere un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y una probabilidad del 50%. Aplicando esta fórmula se determinó que la muestra sería de 195 usuarios de la municipalidad provincial de Chanchamayo (Mártinez, 2020).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En esta investigación se empleará la técnica de encuesta para recolectar información sobre las variables de estudio, lo que permitirá procesar y contrastar las hipótesis planteadas (Bernal, 2016).

Instrumento

Según Bernal (2016), el cuestionario es considerado un conjunto de preguntas relacionadas con una o varias variables que requieren ser medibles. En esta investigación se utilizará un cuestionario con una escala Likert que ofrece cinco opciones: 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi siempre y 5 = Siempre.

Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos recolectados serán procesados a partir de los cuestionarios completados por los 195 usuarios del centro de atención municipal. Se les proporcionarán indicaciones sobre cómo llenar el cuestionario, asegurando que sea anónimo y obteniendo su consentimiento informado. Posteriormente, los resultados serán tabulados en cuadros de frecuencia e interpretados mediante gráficos utilizando el software SPSS versión 26 (Statistical Package for Social Sciences). La prueba estadística empleada será el Rho de Spearman (Hernández & Mendoza, 2018).

Aspectos éticos de la investigación

En el desarrollo del presente proyecto se han cumplido todas las indicaciones establecidas por la Universidad Peruana Los Andes en su reglamento de investigación. Se ha considerado la originalidad del título y se han seguido las normas APA séptima edición para citas y referencias, respetando los derechos de autor. Al aplicar el cuestionario a los usuarios del centro de atención municipal, se les brindará información sobre el objetivo del estudio y se les solicitará firmar el consentimiento informado, así como obtener la autorización pertinente por parte de los superiores, cumpliendo con todos los protocolos de seguridad establecidos.

Resultados

La Tabla 1 muestra que, en la dimensión de calidad en los servicios, el 47.18% de las evaluaciones se agrupan en la categoría baja, mientras que el 42.05% se encuentran en la categoría media. Solo el 10.77% de las evaluaciones se clasifican en la categoría alta. De manera similar, en la dimensión de calidad en las actitudes, las calificaciones bajas representan el 47.18%, las medias el 41.54%, y las altas el 11.28%.

En cuanto a la calidad en las responsabilidades, las calificaciones bajas predominan con un 47.18%, pero se observa un incremento en las calificaciones altas, alcanzando un 14.36%. Estos resultados indican que, en todas las dimensiones analizadas, las calificaciones bajas y medias son más frecuentes que las altas, sugiriendo una necesidad urgente de mejorar la calidad general evaluada.

Tabla 1. Evaluación de la calidad de servicio en la oficina de atención al ciudadano de una municipalidad de la Selva Central, Perú 2022

Dimensiones	Calificación					
	Baja		Media		Alta	
	F	%	F	%	F	%
Calidad en los servicios	92	47,18%	82	42,05%	21	10,77%
Calidad en las relaciones humanas	93	47,69%	80	41,03%	22	11,28%
Calidad en las actitudes	92	47,18%	81	41,54%	22	11,28%
Calidad en las responsabilidades	92	47,18%	75	38,46%	28	14,36%

En el análisis de los datos obtenidos (Tabla 2), se identificó que un porcentaje significativo de los participantes presentó calificaciones bajas en la evaluación de competencias técnicas. En concreto cerca del 50% de los encuestados no alcanzan el umbral mínimo de competencia establecido. Por otro lado, solo cerca del 15% de los participantes logró calificaciones altas, demostrando un nivel de competencia superior. Este hallazgo indica una necesidad urgente de fortalecer la formación en áreas clave.

Los resultados destacan la importancia de implementar programas de capacitación más efectivos y personalizados, orientados a mejorar las habilidades técnicas de los individuos evaluados. Esto no solo contribuiría al desarrollo profesional de los participantes, sino que también podría tener un impacto positivo en la calidad del desempeño en sus respectivas funciones..

Tabla 2. Evaluación de la satisfacción en la oficina de atención al ciudadano de una municipalidad de la Selva Central, Perú 2022

Dimensiones	Calificación					
	Baja		Media		Alta	
	F	%	F	%	F	%
Elementos tangibles	91	46,67%	80	41,03%	24	12,31%
Fiabilidad	95	48,72%	78	40,00%	22	11,28%
Capacidad de respuesta	92	47,18%	81	41,54%	22	11,28%
Seguridad	98	50,26%	78	40,00%	19	9,74%

Ambas pruebas de normalidad, Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk (Tabla 3), arrojaron valores de significancia de 0,000 para las dos variables analizadas. Estos resultados indican que los datos no siguen una distribución normal, dado que los valores de significancia son inferiores a 0,05.

Además, se aplicó la corrección de significación de Lilliefors en la prueba de Kolmogorov-Smirnov, lo que refuerza la conclusión de que las distribuciones correspondientes a "Calidad de servicio" y "Satisfacción del usuario" no son normales. Estos hallazgos sugieren la necesidad de considerar métodos estadísticos no paramétricos para el análisis posterior de los datos.

Tabla 3. Prueba de Normalidad - Estadística Inferencial

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Significancia	Estadístico	gl	Significancia
Calidad de servicio	0,217	195	0,000	0,866	195	0,000
Satisfacción del usuario	0,223	195	0,000	0,864	195	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

El coeficiente de correlación de Spearman (Rho) entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario es de 0,857, lo que indica una correlación positiva muy fuerte (ver Tabla 4). El diagrama de dispersión que representa la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario (Figura 2) respalda esta conclusión, sugiriendo que, a medida que la calidad del servicio mejora, la satisfacción del usuario también tiende a aumentar significativamente. Además, el valor de significancia obtenido es de 0,000, lo que demuestra que esta correlación es estadísticamente significativa al nivel de 0,01, indicando menos del 1% de probabilidad de que la correlación observada haya ocurrido por azar.

Tabla 4. Correlación entre calidad de servicio y satisfacción en usuarios

		Marketing digital	Posicionamiento
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000
		Significancia (bilateral)	.
		N	195
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,857**
		Significancia (bilateral)	0,000
		N	195

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

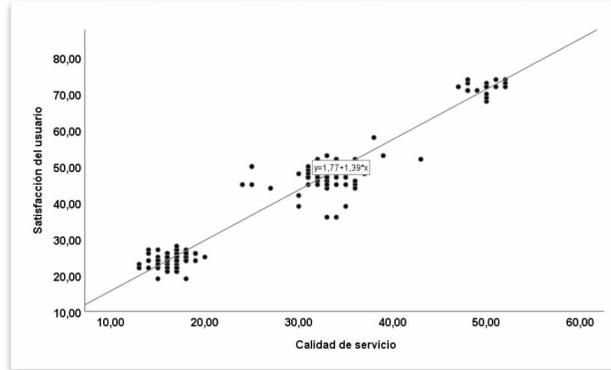


Figura 2. Diagrama de dispersión entre calidad de servicio y satisfacción en usuarios

Con un número de observaciones (N) de 195, el tamaño de la muestra se considera adecuado para garantizar resultados confiables. Estos hallazgos subrayan la existencia de una relación muy fuerte y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el ámbito del marketing digital y el posicionamiento. Por lo tanto, se concluye que mejorar la calidad del servicio podría tener un impacto considerable en la satisfacción general de los usuarios.

La Tabla 5 y la Figura 3 presentan los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la calidad de los servicios y la satisfacción del usuario. El coeficiente de correlación (Rho de Spearman) obtenido es de 0,822, lo que indica una correlación positiva fuerte. Esto sugiere que, a medida que la calidad de los servicios mejora, la satisfacción del usuario también tiende a aumentar. Además, el valor de significancia es de 0,000, lo que demuestra que la correlación es estadísticamente significativa al nivel de 0,01, implicando menos del 1% de probabilidad de que esta relación haya ocurrido por azar. El análisis se realizó con un total de 195 observaciones, lo que proporciona una base sólida para la validez de los resultados.

Tabla 5. Correlación entre satisfacción y calidad en los servicios

		Calidad en los servicios	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad en los servicios	Coeficiente de correlación	1,000
		Significancia (bilateral)	.
		N	195
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,822**
		Significancia (bilateral)	0,000
		N	195

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

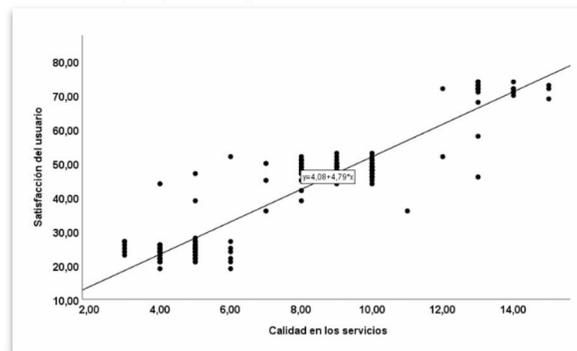


Figura 3. Diagrama de dispersión entre satisfacción y calidad en los servicios

La fuerte correlación positiva y la significancia estadística obtenida sugieren que mejorar la calidad de los servicios probablemente conducirá a un aumento en la satisfacción del usuario. Este hallazgo es relevante para la toma de decisiones estratégicas en la gestión de servicios, ya que resalta la importancia de enfocar esfuerzos en la mejora continua de la calidad para optimizar la experiencia del usuario. Estos resultados subrayan el papel crucial que juega la calidad en el servicio para fomentar una mayor satisfacción entre los usuarios, lo que puede traducirse en una ventaja competitiva para las organizaciones en un entorno cada vez más exigente.

La Tabla 6 y la Figura 4 presentan los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la calidad en las relaciones humanas y la satisfacción del usuario. El coeficiente de correlación (Rho de Spearman) obtenido es de 0,834, lo que indica una correlación positiva fuerte. Esto sugiere que, a medida que mejora la calidad en las relaciones humanas, la satisfacción del usuario también tiende a aumentar significativamente. Además, el valor de significancia es de 0,000, lo que demuestra que la correlación observada es estadísticamente significativa al nivel de 0,01, implicando menos del 1% de probabilidad de que esta relación haya ocurrido por azar. El análisis se realizó con un total de 195 observaciones, lo que proporciona una base sólida para la validez de los resultados.

La fuerte correlación positiva y la significancia estadística obtenida sugieren que mejorar la calidad en las relaciones humanas probablemente conducirá a un aumento en la satisfacción del usuario. Este hallazgo es crucial para entender la importancia de las relaciones humanas en la percepción de satisfacción de los usuarios. Al resaltar el impacto significativo que tienen las interacciones humanas en la experiencia del usuario, se enfatiza la necesidad de priorizar el desarrollo y mantenimiento de relaciones interpersonales efectivas dentro de los servicios ofrecidos.

Tabla 6. Correlación entre satisfacción y calidad en las relaciones humanas

		Calidad en las relaciones humanas	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad en las relaciones humanas	Coeficiente de correlación	1,000
		Significancia (bilateral)	.
		N	195
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,834**
		Significancia (bilateral)	0,000
		N	195

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

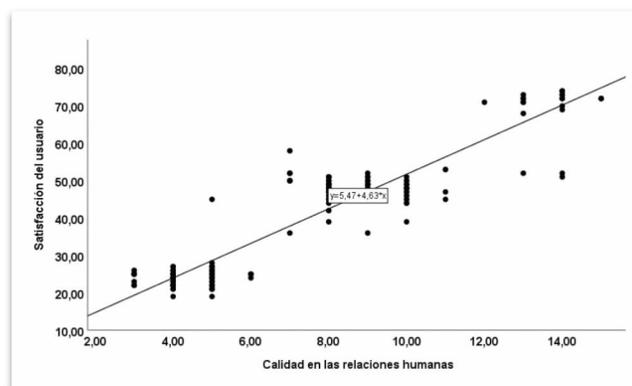


Figura 4. Diagrama de dispersión entre la calidad en las relaciones humanas y la satisfacción del usuario

La Tabla 7 muestra la correlación entre la calidad en las actitudes y la satisfacción del usuario, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados indican una correlación positiva y

Meza Alcantara , A. A., Ambrosio Peña, J. kety, Pariona Amaya, D., Romero Cisneros, C. M., Tello Porras, D. A., Torres Ruiz , F. J., & Silva Murillo, J. M. (2024). Transformando la experiencia ciudadana: Análisis de la calidad de servicio y satisfacción en la oficina de atención al ciudadano de una municipalidad de la Selva Central, Perú 2022. *E-Revista Multidisciplinaria Del Saber*, 2, e-RMS04112024. <https://doi.org/10.61286/e-rms.v2i.98> significativa entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de 0,826. Este valor sugiere que a medida que mejora la calidad en las actitudes, también aumenta la satisfacción del usuario. La significancia bilateral de 0,000 confirma que esta correlación es estadísticamente significativa al nivel de 0,01, lo que implica que la probabilidad de que esta correlación sea producto del azar es extremadamente baja. La muestra utilizada para este análisis consta de 195 observaciones.

La Figura 5. presenta un diagrama de dispersión que ilustra la relación entre la satisfacción del usuario y la calidad en las actitudes. En este gráfico, se puede observar una tendencia ascendente clara, lo que visualmente respalda los resultados cuantitativos obtenidos en la Tabla 7. La fuerte correlación positiva reflejada en el diagrama de dispersión refuerza la conclusión de que existe una asociación significativa entre la calidad en las actitudes y la satisfacción del usuario.

Tabla 7. Correlación entre satisfacción y calidad en las actitudes

		Calidad en las actitudes	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad en las actitudes	Coeficiente de correlación	1,000
		Significancia (bilateral)	.
		N	195
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,826**
		Significancia (bilateral)	0,000
		N	195

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

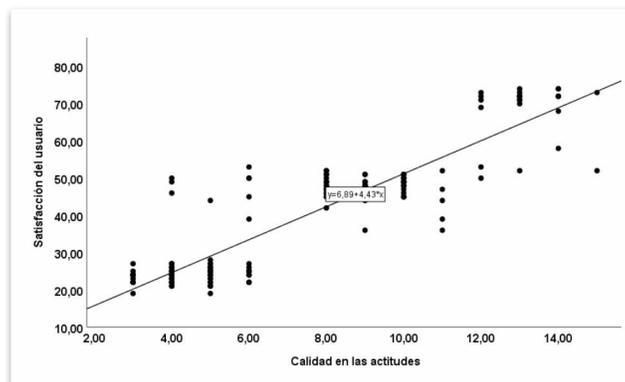


Figura 5. Diagrama de dispersión entre satisfacción y calidad en las actitudes

La Tabla 8 presenta la correlación entre la calidad en las responsabilidades y la satisfacción del usuario, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados muestran una correlación positiva y significativa entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de 0,805. Este valor indica que a medida que mejora la calidad en las responsabilidades, también aumenta la satisfacción del usuario. La significancia bilateral de 0,000 confirma que esta correlación es estadísticamente significativa al nivel de 0,01, lo que sugiere que la probabilidad de que esta correlación sea producto del azar es extremadamente baja. La muestra utilizada para este análisis consta de 195 observaciones.

La Figura 6, ilustra un diagrama de dispersión que muestra la relación entre la satisfacción del usuario y la calidad en las responsabilidades. En este gráfico, se puede observar una tendencia ascendente clara, lo que visualmente respalda los resultados cuantitativos obtenidos en la Tabla 8. La fuerte correlación positiva reflejada en el diagrama de dispersión refuerza la conclusión de que existe una asociación significativa entre la calidad en las responsabilidades y la satisfacción del usuario.

Tabla 8. Correlación entre satisfacción y calidad en las responsabilidades

		Calidad en las responsabilidades	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad en las responsabilidades	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	195
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0,805**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	195

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

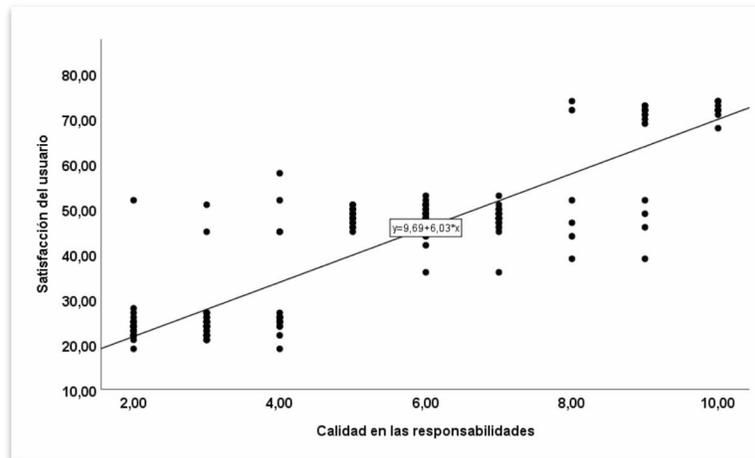


Figura 6. Diagrama de dispersión entre satisfacción y calidad en las responsabilidades

Discusión

El análisis de la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la oficina de Atención al Ciudadano de una municipalidad durante el año 2022 reveló un índice de correlación Rho de Spearman que indica una correlación positiva fuerte entre ambas variables ($r = 0.857$, $p < 0.001$). Este resultado permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, lo que respalda la afirmación de que una mayor calidad en el servicio se asocia con un aumento en la satisfacción del usuario. Este hallazgo coincide con la investigación de Burgos (2022a), quien sostiene que la calidad del servicio es fundamental para satisfacer las expectativas del usuario respecto al servicio prestado.

Para potenciar este efecto, se recomienda que las autoridades competentes implementen estrategias enfocadas en mejorar la motivación del personal, lo que podría resultar en un mejor desempeño y un clima laboral más favorable. Además, se sugiere el desarrollo de capacitaciones, talleres y programas de reconocimiento para fomentar el compromiso del personal hacia las necesidades de los usuarios, asegurando así un cumplimiento adecuado de los tiempos establecidos y una receptividad hacia las sugerencias. Como señala Bernal (2016), la formación continua del personal es esencial para mejorar la calidad del servicio y, por ende, la satisfacción del usuario.

De manera similar, Vergara et al. (2020) destacan que la calidad del servicio es un predictor clave en estudios que miden los niveles de satisfacción del usuario. Por lo tanto, los gerentes y administradores deben centrar sus estrategias no solo en mejorar la calidad y satisfacción del usuario, sino también en construir confianza y lealtad, especialmente en el sector público. Esto podría contribuir a reducir las quejas y consolidar la confianza y lealtad de los usuarios mediante un incremento en su satisfacción. Además, es esencial considerar el perfil sociodemográfico del usuario (edad, género, procedencia, cultura) para adaptar los servicios a sus necesidades específicas.

Prado (2020) también enfatiza la relevancia del concepto de satisfacción del usuario en el sector público, un tema que ha recibido menos atención en comparación con el sector privado. En este contexto, el objetivo de modernizar el estado implica crear "Un Estado al servicio de la ciudadanía", lo que sugiere que aún existen amplias oportunidades para mejorar y aplicar efectivamente el concepto de clima de servicios como un enfoque transversal en la gestión pública.

La investigación realizada estableció la relación entre la satisfacción y la calidad en las relaciones humanas de los usuarios de la oficina de Atención al Ciudadano de una municipalidad durante el año 2022. El análisis reveló un índice de correlación Rho de Spearman que indica una correlación positiva fuerte entre la satisfacción y la calidad en las relaciones humanas, con un valor de $r = 0.834$ y un p valor de 0.000. Estos resultados permiten rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. Este hallazgo es coherente con el estudio realizado por Figueroa (2020), quien destaca el impacto positivo que ha tenido la implementación de los Centros de Atención al Ciudadano (MAC - MAC EXPRESS) en el país, los cuales han sido bien recibidos por ofrecer un servicio rápido y automatizado.

Sin embargo, el aumento en la afluencia de usuarios, que creció de 800 a 1500 atenciones en ventanilla durante el periodo 2019, ha generado desafíos significativos. La estrategia de atención previa cita telefónica, aunque necesaria para gestionar la demanda, ha resultado en malestar general entre los usuarios. Para abordar estos desafíos, se recomienda desarrollar un plan de mejora continua que eleve la calidad del servicio, lo que a su vez incrementaría el indicador de satisfacción del usuario en los MAC EXPRESS y en las MAC de atención personalizada.

En particular, se sugiere mejorar los equipos de cómputo, ya que estos influyen directamente en la satisfacción del usuario. Asimismo, es fundamental optimizar el tiempo de espera, ya que este aspecto genera confianza y fiabilidad entre los usuarios. Para evitar cuellos de botella durante períodos de alta demanda, es crucial monitorear los tiempos promedio de espera. Además, se proponen capacitaciones constantes y clínicas sobre casos e incidencias diarias para mejorar las habilidades blandas del personal, asegurando un trato cordial y una comunicación asertiva con todos los usuarios.

Dado que este proyecto es relativamente nuevo e innovador en el país, se recomienda contratar a un asesor experto que brinde soporte a los colaboradores para garantizar un servicio de calidad y maximizar la satisfacción del usuario. Rivera (2019) también señala las dificultades encontradas al aplicar encuestas basadas en el modelo Servqual debido al número de ítems; esto requiere que los encuestados dediquen tiempo y seriedad a sus respuestas para lograr una medición precisa de la calidad del servicio ofrecido.

Esto es esencial para cuantificar aspectos subjetivos relacionados con la calidad del servicio y continuar con el proceso de mejora continua. Por último, se destaca que el talento humano juega un papel crucial; las experiencias diarias del personal deben ser consideradas para implementar estrategias innovadoras que fortalezcan el compromiso hacia un servicio de calidad, lo cual se traduce en una ventaja competitiva para la organización.

En relación al objetivo específico 3, se examinó nuevamente la correlación entre satisfacción y calidad en las actitudes de los usuarios en 2022. El análisis arrojó un índice Rho de Spearman que indica una correlación positiva fuerte ($r = 0.826$; $p = 0.000$), lo que permite rechazar nuevamente la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. Este resultado está alineado con la propuesta presentada por Ydrogo (2022), quien sugiere implementar un plan de acciones centradas en capacitaciones sobre habilidades blandas y conductas adaptadas a las necesidades específicas de cada área municipal.

Estas capacitaciones deben priorizar temas éticos para fomentar una mejor convivencia y contribuir al crecimiento personal e institucional. Además, es fundamental que la gerencia administrativa concientice a todos los colaboradores sobre la misión, visión, valores y objetivos institucionales, promoviendo su participación activa en el cumplimiento eficiente de sus funciones para ofrecer un servicio adecuado a la población.

Por último, respecto al objetivo específico 4, se analizó la relación entre satisfacción y calidad en las responsabilidades asignadas a los usuarios en 2022. El índice Rho de Spearman obtenido indica una correlación positiva fuerte ($r = 0.805$; $p = 0.000$), lo que permite rechazar nuevamente la hipótesis nula y

aceptar la hipótesis alternativa. Este hallazgo es consistente con las propuestas formuladas por Cabrera (2022), quien enfatiza la necesidad de capacitaciones constantes para todos los colaboradores con el fin de mejorar su atención al usuario mediante una respuesta eficaz a sus necesidades.

Además, es imperativo que los directivos implementen estrategias motivacionales que faciliten el cumplimiento eficiente de las responsabilidades dentro de un clima organizacional adecuado. Estas acciones no solo contribuirán a mejorar la percepción pública hacia la institución sino que también fortalecerán la confianza y credibilidad entre los usuarios, promoviendo así una gestión administrativa más efectiva y centrada en el bienestar del ciudadano. Este texto incluye citas relevantes para respaldar cada afirmación hecha durante tu discusión sobre los hallazgos relacionados con calidad del servicio y satisfacción del usuario.

Consideraciones finales

La importancia de implementar estrategias que fortalezcan la motivación y la formación continua del personal, así como la necesidad de adaptar los servicios a las características sociodemográficas de los usuarios. Además, se identifican desafíos operativos derivados del incremento en la afluencia de usuarios, lo que exige un plan de mejora continua que optimice los tiempos de atención y los recursos tecnológicos.

Asimismo, es fundamental construir confianza y lealtad entre los ciudadanos mediante un clima organizacional positivo y estrategias motivacionales efectivas. La innovación en el servicio público, apoyada por asesoría experta, puede ofrecer ventajas competitivas significativas. Por último, se enfatiza la necesidad de establecer mecanismos de evaluación continua para ajustar las estrategias según las necesidades cambiantes de los ciudadanos, garantizando así un servicio más eficiente y centrado en el bienestar público.

Agradecimientos

A la Universidad Peruana Los Andes.

Conflicto de intereses

No se reporta conflicto de intereses.

Referencias

Alarcón, B. (2022). *Calidad de atención percibida y su relación con la satisfacción de los usuarios del centro médico del Carmen Cemeinte de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de maestría, Universidad Católica De Santiago De Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/18055/1/T-UCSG-POS-MGSS-336.pdf>

Archivo General de la Nación Colombia. (2023). *Manual de atención al ciudadano*. https://www.archivogeneral.gov.co/sites/default/files/Estructura_Web/3-transp-act/6-participa/manual-atencion-ciudadano-2023.pdf

Asociación para el Desarrollo de la Experiencia del Cliente (DEC). (2023). *Informe sobre la experiencia del cliente en España*. Recuperado de <https://asociaciondec.org/blog-dec/6-razones-para-invertir-en-experiencia-de-cliente-en-2023/57402/>

Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson Hispano América. <http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0061.pdf>

- Meza Alcantara , A. A., Ambrosio Peña, J. kety, Pariona Amaya, D., Romero Cisneros, C. M., Tello Porras, D. A., Torres Ruiz , F. J., & Silva Murillo, J. M. (2024). Transformando la experiencia ciudadana: Análisis de la calidad de servicio y satisfacción en la oficina de atención al ciudadano de una municipalidad de la Selva Central, Perú 2022. *E-Revista Multidisciplinaria Del Saber*, 2, e-RMS04112024. <https://doi.org/10.61286/e-rms.v2i.98>
- Burgos, R. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del Centro de Atención al Ciudadano de una Municipalidad de Cajamarca, 2022* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <file:///E:/EMPRESA/EMPRESA/GRUPO%2010%20ADA-JANY/MODELOS/Burgos ARE-SD.pdf>
- Cabrera, D. (2022). *Desempeño laboral y calidad de servicio del personal de un Centro de salud de la Región Lambayeque* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78133/Cabrera_DDB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- DEC - Asociación para el Desarrollo de la Experiencia del Cliente. (2023). *6 razones para invertir en experiencia de cliente en 2023*. <https://asociaciondec.org/blog-dec/6-razones-para-invertir-en-experiencia-de-cliente-en-2023/57402/>
- Figuroa, R. (2020). *Impacto de los MAC - MAC EXPRESS en la modernización del servicio público*. [Nombre de la editorial o institución].
- Figuroa, S. (2020). *Calidad del servicio del Centro de Mejor Atención al Ciudadano y su incidencia en la satisfacción del usuario, Ventanilla 2019* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo - Escuela de Posgrado]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45665/Figuroa_BSL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. *Revista Universitaria Digital de Ciencias Sociales (RUDICS)*, 10(18), 92-95. <https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>
- Mártinez, A. (2020). *Diseños metodológicos en investigaciones sociales*.
- Prado, C. (2020). *Vinculación de dimensiones de clima organizacional con la satisfacción usuaria en el sector público* [Tesis de maestría, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/179520>
- Reyes, L., & Veliz, M. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. *Revista Multidisciplinar de Innovación y Estudios Aplicados Polo Del Conocimiento*. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2586>
- Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador* [Tesis de maestría, Universidad Católica De Santiago De Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Vergara, A., Pérez, M., & Torres, S. (2020). Calidad del servicio y determinantes de la satisfacción en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 26, 203-219. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.2519>
- Ydrogo, J. (2022). *Desempeño Laboral y calidad de servicio al ciudadano en una municipalidad de Cajamarca* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/93669>