

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE
DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
EXTERNOS DE LA DEFENSORÍA MUNICIPAL DEL NIÑO Y EL
ADOLESCENTE (DEMUNA) DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE TAMBOPATA - 2019**

Tesis, presentado por:

Bachiller: BARRIOS ROJAS, Ibette
Gissell

Bachiller: SANDOVAL GONZALES,
Vivianne Karina

PARA OPTAR EL TITULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Asesor: Dr. CASTILLO HURTADO, Jorge
Luis

Puerto Maldonado, 2020

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE
DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
EXTERNOS DE LA DEFENSORÍA MUNICIPAL DEL NIÑO Y EL
ADOLESCENTE (DEMUNA) DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE TAMBOPATA - 2019**

Tesis, presentado por:

Bachiller: BARRIOS ROJAS, Ibette
Gissell

Bachiller: SANDOVAL GONZALES,
Vivianne Karina

PARA OPTAR EL TITULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Asesor: Dr. CASTILLO HURTADO, Jorge
Luis

Puerto Maldonado, 2020

Dedicatoria

A mi madre Joyce Desi Rojas Vivar por ser el pilar importante en todo lo que estoy, en educación y en la vida, por su apoyo incondicional, perfectamente mantenido en el tiempo.

Al mejor regalo de Dios, mi hijo Yajziel, eres la razón por la que me levanto cada día para luchar por el presente y el mañana, eres mi motor y motivo.

Ibette.

El presente trabajo dedico a mis padres Edwin Freddi Sandoval Begazo y Jessica Karina Gonzales Osorio por su apoyo incondicional y son a quienes debo este éxito profesional. Asimismo, agradecer por su trabajo y dedicación para mi formación académica, sobre todo humanística y espiritual.

Vivianne.

Agradecimientos

A Dios, por su extraordinario amor, por brindarme fortaleza, salud y sabiduría para su realización de este trabajo. A mi madre por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida, por darme la oportunidad de estudiar esta carrera. Agradezco también a mi Asesor de Tesis Dr. Jorge Luis Castillo Hurtado, Por su comprensión y orientación en la presente investigación. Concluyo agradeciendo al personal de la DEMUNA, por brindarme su ayuda, tiempo y paciencia, sin su apoyo y colaboración esta investigación no hubiera sido posible.

Ibette.

Agradecer a Dios por guiarme por el camino de la felicidad; asimismo agradecer, a todos los que forman parte de mi familia, principalmente a mi papá Freddi Sandoval y a mi mamá Jessica Gonzales, que siempre me han dado fuerza y apoyo incondicional, me han ayudado y guiado hasta donde estoy ahora. Además, agradecer a mi compañera de tesis porque lo hicimos un trabajo en equipo, junto con el asesor de tesis, el doctor Jorge Luis Castillo Hurtado.

Vivianne.

Presentación

Señores del jurado, presentamos ante ustedes la tesis titulada: **Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019**; el estudio fue realizado con el objetivo principal de determinar la incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019. De acuerdo con el Reglamento de Grados y Títulos de la UNAMAD, para lograr el título profesional de Administración y Negocios Internacionales.

En el desarrollo de la investigación se han tenido en cuenta todos los procesos metodológicos y procedimentales que implica la investigación científica; de esta manera, esperamos haber cumplido con los requerimientos profesionales del jurado evaluador.

Las Autoras.

Resumen

La investigación fue desarrollada con el objetivo de determinar el nivel de incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata en el año 2019.

El estudio se caracteriza por ser una investigación básica de nivel correlacional con enfoque mixto, pues, permitió establecer la incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata en el año 2019. Para ello, se aplicó dos encuestas a 197 usuarios externos de la DEMUNA; mediante dos cuestionarios validados por profesionales en el tema, asimismo se determinó la confiabilidad con el estadístico Alfa de Cronbach cuyo valor es mayor a 0,900. El análisis de los resultados alcanzados en la investigación se realizó mediante la estadística descriptiva, así como la estadística inferencial.

El resultado principal de la investigación fue, existe una incidencia lineal y significativa estadísticamente, además esa relación es buena y directamente proporcional entre las variables calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata (Tau B = 0,754, $p = 0,000 < 0.05$); además las categorías que tiene mayor relación son satisfecho y bueno con 56,9%.

PALABRAS CLAVES: Calidad de atención, satisfacción del usuario, expectativa, percepción y confianza.

Abstract o Summary

The research was developed with the objective of determining the level of incidence of the quality of care on the satisfaction of external users of the DEMUNA of the municipality of Tambopata in the year 2019.

The study is characterized as a basic research of correlational level with a mixed approach, since it allowed establishing the incidence of the quality of care on the satisfaction of external users of the DEMUNA of the Tambopata municipality in 2019. For this purpose, two surveys were applied to 197 external users of the DEMUNA; by means of two questionnaires validated by professionals in the field, and the reliability was determined with the Cronbach's Alpha statistic whose value is greater than 0.900. The analysis of the results achieved in the research was carried out by means of descriptive statistics, as well as inferential statistics.

The main result of the research was that there is a linear and statistically significant incidence, in addition to a good and directly proportional relationship between the variables quality of care and satisfaction of the external users of the DEMUNA of the municipality of Tambopata (Tau B = 0.754, $p = 0.000 < 0.05$); in addition, the categories that have the highest relationship are satisfied and good with 56.9%.

KEY WORDS: Quality of care, user satisfaction, expectation, perception and trust.

Introducción

El estudio titulado: Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la Defensoría Municipal del Niño y del Adolescente en adelante DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019; tiene como objetivo principal determinar el nivel de incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata en el año 2019.

Sorprender al usuario es el principal diferencial del servicio de atención, pero un buen servicio en sí mismo no significa tener productos de alta calidad. Aunque la calidad del producto es una parte esencial en la supervivencia de la empresa, superar las expectativas del usuario se convierte en la tarjeta maestra para fidelizarlo y crear una relación fuerte y duradera entre la institución y el usuario.

Un servicio de calidad es aquel en el que el usuario está satisfecho con los resultados obtenidos, de acuerdo con sus expectativas. Cuando se superan estas expectativas, se alcanza la excelencia en el servicio. La calidad en los servicios significa satisfacer las necesidades reales de los clientes, ya sean explícitas o implícitas, en el plazo que el cliente desea y a un valor justo.

Toda organización de servicios debe asegurarse de que la calidad de sus servicios satisface constantemente los requisitos de los segmentos de mercado a los que ha decidido dirigir sus esfuerzos. Así, la percepción de la calidad está relacionada con la satisfacción personal. Por lo tanto, las organizaciones tienen que invertir constantemente en mejorar y arreglar sus marcas, productos y servicios para atraer, captar y retener a los consumidores. Así, la calidad es todo lo que una empresa utiliza para superar las expectativas de sus clientes.

Un buen servicio al usuario implica todas las actividades de la organización para, perceptiblemente, hacer algo más que simplemente satisfacer las

necesidades momentáneas de sus usuarios, porque esto es también lo que hacen los competidores. La calidad de la atención al usuario es un recurso clave en la estrategia de crecimiento institucional, porque la institución que no busca ofrecer la excelencia a sus clientes pierde un diferencial esencial para la retención y atracción de nuevos usuarios.

Esta investigación tiene como base teórica estudios ya realizados por varios autores que trataron la calidad en el servicio como uno de los principales diferenciales competitivos de las organizaciones actuales y que la percepción de la calidad varía según cada usuario. La calidad debe ser vista como un diferencial en los productos y servicios para proporcionar la satisfacción del cliente.

La DEMUNA es un servicio de la municipalidad delegado para promover y proteger los derechos de los niños y jóvenes dentro de la competencia del municipio. Desde 1997, se tiene en cuenta en la ley orgánica de los municipios como una función del gobierno local.

Con la finalidad de conseguir este objetivo, la investigación está organizada en tres capítulos además de los apéndices y la bibliografía.

CAPÍTULO I, se presenta el problema del estudio, seguido de la descripción de la realidad problemática, problema general y específicos, objetivo general y específicos, variables de estudio y su operacionalización, hipótesis general y específicos, justificación y consideraciones éticas.

CAPÍTULO II, Se desarrolla el marco teórico del estudio, que incluye los antecedentes de la investigación, la fundamentación teórica y el marco conceptual; De igual manera, se muestra el marco contextual, que sirve de apoyo al estudio que utiliza la metodología deductiva e inductiva; basado en investigaciones sobre el tema a nivel mundial, nacional y local.

Asimismo, en este capítulo se revelan las teorías más relevantes que intervienen en la investigación, es decir, la investigación sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA. Además, se llevó a cabo un análisis para resumir las principales conclusiones.

CAPÍTULO III, en esta se encuentra en la metodología de la investigación, seguida del tipo de estudio, diseño, la población y la muestra, los procedimientos metodológicos, y el procedimiento de análisis de datos.

CAPÍTULO IV, Se presentan los resultados logrados en el trabajo de investigación titulado: Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA de la municipalidad de Tambopata – 2019, mediante estadística descriptiva e inferencial.

Al final se encuentran las principales conclusiones, sugerencias, la bibliografía consultada y algunos apéndices fundamentales para el desarrollo de la tesis: Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.

Índice

Dedicatoria	
Agradecimientos	
Presentación	
Resumen	
Abstract o Summary	
Introducción	
Índice	
Índice de gráficos	
Índice de tablas	
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Descripción del problema	1
1.2. Formulación del problema	5
1.3. Objetivos	5
1.4. Variables	6
1.5. Operacionalización de variables	7
1.6. Hipótesis	8
1.7. Justificación.....	8
1.8. Consideraciones éticas	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. Antecedentes de estudio	11
2.2. Modelo teórico.....	18
2.3. Marco teórico	23
2.4. Definición de términos.....	42
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	46
3.1. Tipo de estudio.....	46
3.2. Diseño de estudio.....	47
3.3. Población y muestra.....	48
3.4. Métodos y técnicas.....	48
3.5. Tratamiento de datos	50

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	52
CONCLUSIONES.....	85
SUGERENCIAS	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89
ANEXOS	94
Anexos 1: Matriz de consistencia.....	95
Anexos 2: Instrumento	99
Anexos 3: Solicitud de autorización para la realización del estudio. ..	102
Anexos 4: Ficha de validación.....	103
Anexos 5: Consentimiento informado	106

Índice de gráficos

Gráfico 1. Resultados de la variable Calidad de atención.	55
Gráfico 2. Resultados de la dimensión Confiabilidad.	56
Gráfico 3. Resultados de la dimensión Sensibilidad.....	58
Gráfico 4. Resultados de la dimensión Seguridad.	60
Gráfico 5. Resultados de la dimensión Empatía.	62
Gráfico 6. Resultados de la variable Satisfacción del usuario.	64
Gráfico 7. Resultados de la dimensión Expectativa.	65
Gráfico 8. Resultados de la dimensión Percepción.	67
Gráfico 9. Resultados de la dimensión Confianza.....	69

Índice de tablas

Tabla 1. Detalles de la muestra.	48
Tabla 2. Confiabilidad del instrumento.	49
Tabla 3. Validez del instrumento.	50
Tabla 4. Baremo de análisis de la variable Calidad de atención.	52
Tabla 5. Baremo de análisis de las dimensiones de la variable Calidad de atención.	52
Tabla 6. Baremo de análisis de la variable satisfacción del usuario.	53
Tabla 7. Baremo de análisis de la dimensión Expectativa.	53
Tabla 8. Baremo de análisis de la dimensión Percepción.	53
Tabla 9. Baremo de análisis de la dimensión Confianza.	54
Tabla 10. Resultados de la variable Calidad de atención.	54
Tabla 11. Resultados de la dimensión Confiabilidad.	56
Tabla 12. Resultados de la dimensión Sensibilidad.	57
Tabla 13. Resultados de la dimensión Seguridad.	59
Tabla 14. Resultados de la dimensión Empatía.	61
Tabla 15. Resultados de la variable Satisfacción del usuario.	63
Tabla 16. Resultados de la dimensión Expectativa.	65
Tabla 17. Resultados de la dimensión Percepción.	67
Tabla 18. Resultados de la dimensión Confianza.	69
Tabla 19. Prueba de normalidad.	71
Tabla 20. Correlaciones de las variables Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos.	73
Tabla 21. Tabulación cruzada de las variables Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos.	74
Tabla 22. Correlaciones entre Calidad de atención y expectativas de los usuarios externos.	75
Tabla 23. Tabulación cruzada entre Calidad de atención y expectativas de los usuarios externos.	76

Tabla 24. Correlaciones entre Calidad de atención y percepción de los usuarios externos.....	77
Tabla 25. Tabulación cruzada entre Calidad de atención y percepción de los usuarios externos.....	78
Tabla 26. Correlaciones entre Calidad de atención y confianza de los usuarios externos.....	79
Tabla 27. Tabulación cruzada entre Calidad de atención y confianza de los usuarios externos.....	80

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

En el pasado, muchas civilizaciones han practicado el abandono de los niños. Aunque algunos niños tienen la posibilidad de sobrevivir a la adopción, la negligencia infantil, también conocida como abuso emocional, es una forma de maltrato infantil y se produce cuando una persona deja de proporcionar intencionadamente comida, agua, refugio, ropa, atención médica u otras necesidades a un niño pequeño.

A medida que las ciencias sociales han ido evolucionando, se ha demostrado que la inducción de determinados comportamientos en los sujetos es más eficaz a través de la persuasión que mediante mecanismos represivos violentos. Es cierto que las víctimas necesitan toda la ayuda posible para afrontar estas experiencias traumáticas, pero también es cierto que el maltratador es otra víctima atrapada en su propia prisión.

El interés por la calidad de vida de los habitantes de nuestro planeta es cada vez mayor, tanto en el ámbito industrial como en el terciario, privado y público.

Los niños y los jóvenes necesitan un estado que dé prioridad a las intervenciones y políticas públicas para evitar la violación de sus derechos básicos y para garantizar que las instituciones responsables de su cuidado estén bien gestionadas.

En nuestro país, las instituciones públicas que las crean, como la DEMUNA, no son ajenas a estos requerimientos para los intereses fundamentales de los infantes y jóvenes, ya que ahora es claro que los usuarios son más exigentes, más informados, tienen menos paciencia y tiempo; por ende, las empresas siguen valorando la calidad de vida y desarrollan tácticas orientadas no solamente a ofrecer mejores servicios, sino brindar servicios de alta calidad que puedan establecer una ventaja comparativa para satisfacer las expectativas de los usuarios.

Los defensores de la Infancia y la Juventud deben ser un conducto para el desarrollo y la aplicación de políticas públicas para los niños y los jóvenes, en particular el uso del Plan de Acción Nacional para la Infancia y la Juventud 2012-2021. Sin embargo, para que los derechos de los niños y jóvenes sean promovidos y atendidos de manera positiva, el objetivo del defensor municipal de la infancia y la juventud debe tener en cuenta el contexto en el que se prestan los servicios, siempre que estén disponibles. El objetivo del Defensor Municipal de la Infancia y la Juventud es garantizar que los servicios sean accesibles, aceptables y de alta calidad.

La DEMUNA, institución del Sistema Nacional Integrado de Atención a la Infancia, cuyo organismo es el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES), se caracteriza por ser un servicio municipal con un rol fundamental en la sociedad a la que pertenecemos, ya que su misión es proteger y promover la protección de los derechos humanos y la igualdad de oportunidades de los niños y jóvenes; por ello es necesario conocer cómo se viene dando estos servicios públicos.

La Municipalidad de Tambopata cuenta con una pequeña y percibida ineficaz Defensoría Municipal de la Niñez y la Juventud, lo cual es preocupante dado que las Defensorías Municipales de la Niñez y la Juventud son consideradas como la red más grande dedicada a la niñez y la juventud en el país. y más accesible a los ciudadanos y en el mejor interés de la niñez

y la juventud, es necesario que la Defensoría Municipal de la Niñez y la Juventud de Tambopata, al igual que todas las demás.

Entre las razones encontradas está el abandono de los hijos, común en nuestra región, hombres y mujeres que no se atreven a afrontar las consecuencias de sus actos, abandonando a sus hijos para librarse de la responsabilidad que les corresponde. Tal vez sea la falta de orientación sexual que debería ofrecerse a los adolescentes y jóvenes para evitar embarazos no deseados, abortos o interrupciones del embarazo, o tal vez sea el factor económico que empuja a los padres a abandonarlos, al no poder alimentarlos como deberían, vestirlos, darles una educación, etc.

Estos motivos serán tan fuertes que quienes podrían dar vida a un ser inocente pueden desprenderse de ellos y dejarlos a ver si tienen la suerte de encontrar a alguien que se apiade de ellos y les dé la vida que sus padres desean, pero que no tienen el corazón, la fuerza y el valor para hacer lo que significa criar a un niño.

A diferencia de los niños que se escapan de casa, los niños abandonados se llaman expósitos. En las sociedades liberales con estructuras sociales fuertes y derechos de adopción, las tasas de abandono son menores.

Las usuarias de la DEMUNA en la administración de Tambopata son en su mayoría madres que acuden en busca de ayuda, aduciendo distintos problemas familiares, tales como: su pareja no quiere reconocer a su hijo, el niño no es suyo, no se mantienen económicamente, se han ido de casa; también se encuentran con que no tienen recursos económicos o que tienen dificultades para contratar un abogado, tienen dificultades para encontrar trabajo porque no tienen con quien dejar a sus hijos menores. Al final del proceso de mediación, los usuarios salen satisfechos e insatisfechos de su problema.

La DEMUNA Tambopata no ha realizado investigaciones sobre la calidad de sus servicios, por lo que se desconocen las experiencias de los usuarios, lo que a menudo provoca molestias e irritaciones a los usuarios externos durante los procedimientos. En muchos casos, el factor tiempo y las múltiples solicitudes disuaden a los usuarios de presentar reclamaciones. También hay que tener en cuenta que no existe un libro de reclamaciones en la DEMUNA, lo que dificulta mucho que los gestores de la DEMUNA identifiquen directa y rápidamente las deficiencias en el procedimiento y también provoca la incomodidad de los usuarios externos, ya que si reclaman tienen que hacerlo en la municipalidad, lo que lleva más tiempo, y por esta razón se abstienen de presentar una reclamación.

En cuanto a los efectos encontrados, los usuarios tienden a sentir maltrato, discriminación, falta de respeto e incompreensión, lo que supone un gran reto para los gestores de instituciones públicas como la DEMUNA para cambiar la percepción de los usuarios. Las empresas de Tambopata tienen una idea del tipo de servicio que esperan. Por ello, es importante conocer la percepción de estos usuarios sobre el servicio para optimizarlo y mejorarlo.

Las instituciones públicas no son sensibles a las necesidades de los usuarios de servicios de alta calidad, incluida la DEMUNA, porque el buen hacer de nuestros niños y jóvenes no es solo una meta nacional sino nacional. También es una obligación, porque nos van a representar y nos van a representar. Tomarás decisiones. Permitir el desarrollo y crecimiento de nuestro país. En este sentido, los líderes de DEMUNA deben recibir la formación y educación adecuada para lograr este objetivo.

En definitiva, la calidad de un servicio público se compone muchas veces de varios elementos que molestan a los usuarios, porque muchas veces perdemos un día entero por un trámite que no entendemos, lo que dicen sobre el tiempo que se puede demorar, o el trato que recibo, y otros componentes que nos hicieron proponer el siguiente problema de investigación.

A partir de lo anterior y con el propósito de este estudio, se propondrá una respuesta al siguiente problema:

1.2. Formulación del problema

Problema general:

PG. ¿De qué manera la calidad de atención incide en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019?

Problemas específicos:

PE1. ¿Cómo es la expectativa de los usuarios externos sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata?

PE2. ¿De qué manera los usuarios externos perciben la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata?

PE3. ¿Cómo es la confianza de los usuarios externos sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata?

1.3. Objetivos

Objetivo general:

OG. Determinar el nivel de incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.

Objetivos específicos:

OE1. Analizar la expectativa de los usuarios externos sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

OE2. Establecer cómo los usuarios externos perciben la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

OE3. Estudiar la confianza de los usuarios externos sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

1.4. Variables

Variable predictora:

- Calidad de atención.

Dimensiones:

- Confiabilidad.
- Sensibilidad.
- Seguridad.
- Empatía.

Variable criterio:

- Satisfacción del usuario.

Dimensiones:

- Expectativa.
- Percepción.
- Confianza.

1.5. Operacionalización de variables

VARIABLE DE ESTUDIO DEFINICIÓN CONCEPTUAL	VARIABLES DE ESTUDIO DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
		✓ Confiabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento. ✓ Confidencialidad. ✓ Respeto.
		✓ Sensibilidad.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amabilidad. ✓ Cortesía.
<p>CALIDAD DE ATENCIÓN.</p> <p>Es la diferencia entre las percepciones reales y las expectativas sobre un servicio. De este modo un usuario valorará de manera positiva o negativa dicha atención. (Vargas & Aldana, 2014)</p>	<p>CALIDAD DE ATENCIÓN.</p> <p>La calidad de atención es producto de la confiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía.</p>	✓ Seguridad.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Información oportuna. ✓ Generación de confianza
		✓ Empatía.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Claridad. ✓ Paciencia. ✓ Comprensión.
		✓ Expectativa.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Información. ✓ Opinión. ✓ Experiencia
<p>SATISFACCIÓN DEL USUARIO.</p> <p>Son las percepciones por parte de los usuarios sobre la calidad de servicio. (Toso, 2006)</p>	<p>SATISFACCIÓN DEL USUARIO.</p> <p>La satisfacción del usuario resulta de comparar los servicios recibidos con la expectativa, percepción y la confianza.</p>	✓ Percepción.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Selección de información. ✓ Organización. ✓ Interpretación de la información.
		✓ Confianza.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Compromiso. ✓ Valoración del servicio.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general:

HG. La calidad de atención incide de manera positiva en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.

Hipótesis específicas:

HE1. La expectativa de los usuarios externos es positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

HE2. Los usuarios externos perciben de manera positiva la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

HE3. La confianza de los usuarios externos es positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

1.7. Justificación

El análisis de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente externo de la DEMUNA de la municipalidad de Tambopata es un tema no estudiado en nuestro contexto, por lo que contribuirá a la comprensión práctica y a la ampliación del conocimiento teórico existente respecto a la cuestión objeto de estudio.

El interés de este estudio es contribuir a la comprensión científica relacionado con la satisfacción o insatisfacción que perciben los usuarios con respecto al modo de gestión realizada por la DEMUNA, también es de fundamental importancia ya que permite estimar el tamaño como ideal para

el futuro y más investigación sobre el mismo tema que beneficiará al público cliente en el largo plazo.

Este objeto de encuesta es muy importante porque hará un aporte teórico muy importante en la satisfacción del usuario para mejorar la calidad de servicio y la competitividad de DEMUNA en el Municipio de Tambopata. Además, este estudio demuestra la credibilidad de los servicios que brinda DEMUNA en relación con la percepción de los usuarios externos, lo que permitirá a los gerentes de las instalaciones tomar medidas correctivas para mejorar sus servicios y la calidad de sus servicios, particularmente mejorando la imagen de DEMUNA y teniendo un impacto positivo en la calidad de vida de los niños y jóvenes.

Además, cabe señalar que el estudio tiene una justificación práctica porque nos ayudará a identificar las deficiencias que enfrenta la DEMUNA de la provincia de Tambopata, ya que el trabajo es de gran importancia social, pues es importante saber para poder establecer y comprobar la calidad de los servicios que reciben los usuarios de la DEMUNA de Tambopata; brindar servicios sin demoras, errores, duplicidades, despilfarros, a través del empleo adecuado de los recursos humanos, materiales y económicos.

La elección del tema de estudio y la comparación de sus resultados tiene carácter científico y permitirá generar interés y la participación de otros investigadores interesados en el tema; puesto que es necesario realizar los ajustes necesarios para mejorar la calidad del servicio que brinda la DEMUNA del municipio de Tambopata.

1.8. Consideraciones éticas

Como en todo quehacer profesional, la investigación considera principios éticos básicos que enfatizan la objetividad, el respeto por los derechos de los demás, la honestidad, la cooperación, la participación y el juicio crítico para evitar riesgos y consecuencias negativas.

La selección y ejecución de cada una de las fases del proceso de investigación de garantizó tanto la calidad del estudio como la estabilidad y la comodidad de las personas o grupos de personas implicados en el estudio y el cumplimiento de reglamentos, normas y disposiciones legales.

Por otro lado, la normativa de Grados y Títulos de la UNAMAD y de la DEMUNA de Tambopata fueron los documentos que rigieron todas las actividades relacionadas con el proceso de investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

Internacionales

Ingaramo (2015), desarrolló la tesis “Análisis del proceso de institucionalización y gestión del Sistema de Promoción y Protección Integral de Derechos de los Niños y Adolescentes en la provincia de Santa Fe”, (Tesis de Maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Argentina - Argentina), para determinar si la composición y la capacidad institucional de la Secretaría de Estado proporciona la cobertura integral que el sistema de defensa ofrece en términos de personal capacitado, coordinación y recursos económicos, y examinar las tácticas de divulgación pública a la luz del enfoque de Desarrollo Humano y Derecho. El análisis lleva a las siguientes conclusiones:

La Convención Universal de los Derechos del Niño y su integración en la Constitución Política, la sanción de las leyes N° 26.061 y N° 12.967 ratificaron el compromiso del Estado con un nuevo paradigma de promoción y tutela exclusiva de los derechos de los niños, adolescentes, niñas y jóvenes. Esto implica y supone la creación de un nuevo marco de actuación para las políticas públicas y sociales, con el fin de minimizar los peligros y fortalecer la paz de los niños, niñas y jóvenes en su espacio familiar.

En este sentido, hemos podido observar que, si bien la tutela es un hecho importante, no ha logrado dar una respuesta integral para restituir los derechos vulnerados de los niños, niñas y jóvenes de la provincia de Santa Fe.

En el escenario estatal, las intervenciones específicas para minimizar las consecuencias de la violencia y el desamparo, las causas más comunes de la violencia, a través de la sanción de la Ley Provincial y su Ordenanza (2009-2010) han apoyado y apoyan a niños, niñas y jóvenes desde sus medios de vida, pero las tácticas son difíciles de romper con la lógica del cuidado y el trabajo centrado en la responsabilidad de los padres y las familias. El papel del poder judicial, y en especial de los jueces de familia, refuerza la lógica del cuidado, dado que han conservado el derecho a decidir el destino de los niños y adolescentes desde su nacimiento (control de la legalidad). El resultado del proceso (decisión final), que por su tiempo burocrático marca el tránsito de los sujetos por el sistema de defensa.

La intervención del Estado está impregnada de enfoques, estudios, prácticas, civilizaciones, un conjunto heterogéneo y complejo de actores intervinientes, con discursos que nos dicen poco sobre la cosmovisión que finalmente determina la elección final de las profesiones para remediar las deficiencias. La falta de consolidación del primer grado de mediación contribuye a la persistencia de una situación de angustia. Una vez que los niños, niñas y adolescentes alcanzan el segundo grado y entran en los términos legales que marca el nuevo Código Civil, las políticas públicas establecidas tienen poco o ningún margen (temporal y material) para revertir las situaciones que han provocado la separación.

Prieto (2014), realizó la tesis “Enfoque de derechos del programa centros integrales de protección como estrategia para el restablecimiento de derechos de los niños y adolescentes en Bogotá D.C.”, (Tesis de Maestría, Universidad de Chile - Chile), Esclarecer los significados que emergen en el discurso de los actores involucrados en el Plan de Centros de Atención Integral (CAI), incluyendo las experiencias, procesos y prácticas relacionadas con la restitución y conciliación de derechos

Los Centros de Atención Integral son centros de internamiento de niños y adolescentes (CIP) que reúnen diferentes procesos que representan

dinámicas sociales complejas. Es un lugar que crea un sentido de consenso y responsabilidad que es diferente de los roles que he asumido, ya sea como experto, participante, defensor o miembro de la familia. Para las áreas de atención integral y PCI confluyen políticas, programas y proyectos de atención y protección a la niñez y la juventud, pero también convergen las tres estructuras antes mencionadas, voluntad de realizar un trabajo de aseguramiento y restitución de derechos, en algunos casos los retrasos y las respuestas a las violaciones de los derechos de los niños, niñas y jóvenes se manifiestan no sólo en el núcleo familiar sino también en otras entidades, incluido el Estado.

La práctica del CIP expone el cuestionable papel del Estado en la aplicación abusiva de la protección de la niñez y la juventud por parte de directores de centros de admisión, equipos psicosociales, jueces, juzgados de familia, policías estatales y organizaciones participantes que definen el proceso de práctica. Al mismo tiempo, muestra un filtrado insuficiente en los procesos para garantizar que los derechos de los niños, niñas y jóvenes sean respetados y no separados del ámbito familiar, falta de investigación, deficiencias y falta de toma de decisiones en unas situaciones donde las palabras son incomprensibles. Sencillo, deliberado y, sobre todo, sin justificación previa por las consecuencias negativas que los procesos de institucionalización del niño pueden tener, en esencia, en sus relaciones y dentro de las dinámicas familiares y comunitarias, donde tales acciones son percibidas como privativas y grotescas.

Los niños se ven perjudicados por las acciones u omisiones de los adultos, las familias, las comunidades y los Estados, pero en los procesos de CIP y de reparación, los padres de los niños y adolescentes son vistos como los principales garantes de los derechos, al tiempo que ocupan diferentes posiciones, desarrollando e implementando procesos de empoderamiento a través de tácticas de prevención y defensa, incluyendo actividades educativas directas. Especialmente, muchas de estas herramientas sólo se adquieren en espacios oportunistas como los procesos de restitución.

Erazo (2014), desarrolló la tesis “Cumplimiento del derecho de los niños y adolescentes en los procesos de protección integral”, con la finalidad de verificar la observancia de este derecho mediante el análisis de las decisiones del tribunal de primera instancia para niños y jóvenes en el distrito urbano. Tras estudiar la normativa sobre la materia y entrevistar a los jueces y psicólogos del citado juzgado, así como al Ministerio Fiscal, el análisis lleva a las siguientes conclusiones:

El marco legal de Guatemala cuenta con suficientes instrumentos nacionales y universales que promueven el derecho a la crítica de niños, niñas y jóvenes, pero las disposiciones contenidas en ellos tienen poca aplicación en la jurisprudencia.

Hay decisiones del Tribunal Constitucional Federal en las que se ha constatado la violación del derecho a la crítica de los niños y jóvenes, en cierta medida porque no se evalúan sus críticas, en cierta medida porque no se les escucha correctamente debido a los parámetros de edad y madurez, y en cierta medida, porque faltan procedimientos de comunicación no verbal.

Hay decisiones de la Corte Interamericana de Derechos Humanos que especifican que los niños y jóvenes no tienen la oportunidad de ser atendidos o evaluados por sus críticas.

A pesar de los numerosos avances jurídicos y sustantivos en la garantía del derecho de crítica de los niños y adolescentes en línea a través de la doctrina de la custodia holística, todavía existen prácticas propias de la custodia de los niños y adolescentes en los tribunales especializados en casos irregulares.

La mayoría de los jueces invocan principios jurídicos que apoyan el derecho a la crítica, pero no evalúan la crítica de un niño, niña o joven en función de la funcionalidad de las decisiones tomadas en relación con sus derechos; de

este modo, la crítica se convierte en un requisito formal más que en un derecho que debe considerarse al formular las decisiones judiciales.

Entre los logros positivos indicados en este análisis están la continuación de los esfuerzos para prevenir la revictimización, cuidado de los niños a través de cámaras de vigilancia y psicólogos: (a) evitar la confrontación del niño o adolescente con el agresor; (b) Intervención del psicólogo como mediador ante el juez y agresor; y (c) dirigirse a los niños o jóvenes en un ambiente más cómodo y menos hostil donde pueda expresar mejor sus críticas sin sentirse presionado por los demás.

Los niños y adolescentes, muchas veces se ven limitados en su capacidad de crítica debido a sus años, ya que una gran cantidad de los entrevistados creen que los niños menores de 4 años no pueden expresar sus opiniones porque no tienen la oportunidad de expresarlas verbalmente; en consecuencia, sus críticas no son evaluadas antes de las decisiones que violan el derecho a la crítica, según la observación emitida por el Consejo de Derechos del Niño, que hace hincapié en el costo. Los niños son escuchados no necesariamente mediante el lenguaje verbal, sino también mediante cualquier forma de lenguaje no verbal.

Nacionales

Astudillo (2016), la tesis “Calidad de servicio de la DEMUNA según los usuarios externos de Los Olivos e Independencia”, (Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo - Perú), Para determinar si hay una diferencia en la conciencia del usuario sobre la calidad del servicio de DEMUNA en independencia y Los Olivos de Lima.

Existen diferencias entre la calidad del servicio de la DEMUNA Los Olivos y de Independencia, Como lo ven los usuarios fuera de ambos distritos, la confiabilidad percibida también difiere para los usuarios externos de DEMUNA Los Olivos e independencia, ya que el valor p asociado con el estadístico Z es menor a 0.05. En cuanto a la sensibilidad percibida, varía de

manera similar según los usuarios fuera de DEMUNA en Los Olivos e Independencia debido a que el valor Z es mayor a 0.05. Este último es considerado el más importante para ambas entidades, ya que los usuarios de DEMUNA consideran urgente mejorar esta dimensión. Asimismo, la estabilidad percibida difiere entre usuarios fuera de DEMUNA e Independencia, ya que el valor asociado al estadístico Z es menor a 0.05.

Maldonado (2017), realizó la tesis “Conciliación extrajudicial y satisfacción del usuario externo de la DEMUNA en el distrito de San Antonio, Huarochirí, Lima”, (Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo - Perú), la finalidad del estudio fue estudiar la relación entre Conciliación extrajudicial y satisfacción del usuario en la DEMUNA de Huarochirí. Del análisis se extrajeron las siguientes conclusiones:

A partir de los resultados descriptivos positivos y bastante favorables entre las variables conciliación extrajudicial y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA de San Antonio, el estudio concluyó que existe un acuerdo general sobre la satisfacción del usuario, siendo óptima (86%) del proceso de conciliación extrajudicial. Asimismo, se concluyó que el 98% de los usuarios externos de la DEMUNA están satisfechos, comparando su experiencia de conciliación extrajudicial con otras experiencias similares.

Quiroz y Siccha (2016), realizó la investigaron “Eficacia de la DEMUNA en la protección de los derechos de los niño y de los adolescentes en la ciudad de Trujillo”, (Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Trujillo - Perú), Para determinar la eficacia de la DEMUNA en relación a la protección de los derechos del niño y del adolescente, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

La DEMUNA de esta dependencia le falta una acción pública institucional por parte de la administración municipal, debido a la falta de infraestructura, presupuesto y recursos humanos necesarios. Asimismo, dicha DEMUNA tiene dificultades en su cultura organizativa, puesto que no hay un

reglamento interno de trabajo, instrucciones organizativas y funcionales, e información visible sobre la prestación que ofrece.

La DEMUNA del municipio no cumple con los estándares mínimos de adecuación, accesibilidad y calidad de servicio establecidos por la oficina del corredor. Actualmente, DEMUNA enfrenta dificultades para garantizar la implementación efectiva de los derechos de la niñez y la juventud debido a la falta de lineamientos institucionales y cultura organizacional.

Local

La Defensoría del Pueblo (2013), realizó la investigación “Defendiendo los derechos de los niños y de los adolescentes”, (Investigación social, Defensoría del Pueblo - Perú), Difundir información sobre el nivel de eficacia y las competencias de los 48 Defensores Comunitarios de la Niñez y la Adolescencia (DEMUNA) para garantizar la protección y promoción de los derechos de los niños y adolescentes. Los resultados del estudio fueron los siguientes:

Las sesiones de promoción incluyen, en primer lugar, capacitaciones y campañas realizadas en 36 DEMUNAS, incluyendo la DEMUNA de Tambopata, y luego la movilización y preparación de materiales. En la mayoría de los casos se dirigen a los padres y madres de familia, debido a la gran carga de trabajo en términos de alojamiento, alimentación y régimen de visitas. Sin embargo, 9 DEMUNA (21%) no hicieron campaña, 10 (23%) no organizaron talleres y 13 de ellas (31%) no disponen de materiales básicos de difusión, como folletos.

Durante las interacciones al recibir los servicios para personas con discapacidad, se encontró que sólo una de las 48 DEMUNA, incluyendo la DEMUNA de Tambopata, tiene un horario de atención para informar a los usuarios a través del lenguaje de señas, mientras que el resto (98%) carece de una función para atender adecuadamente a los usuarios con

discapacidad. Al interactuar con la señalización para usuarios con discapacidad, sólo en 5 casos se disponía de carteles adecuados. Además, sólo 7 casos tenían barandillas y 16 casos tenían una rampa de entrada. Asimismo, en 19 casos se constató que los locales donde se encuentra la DEMUNA no están libres de obstáculos para las personas con discapacidades físicas.

En cuanto a la adaptabilidad y aceptabilidad de los servicios prestados por la DEMUNA Tambopata, se observaron limitaciones en el manejo de los casos en algunos temas y la falta de personal para prestar servicios en el idioma del entorno de la DEMUNA.

En cuanto a la calidad de los servicios brindados por la DEMUNA de Tambopata, se evaluaron aspectos relacionados con la inducción del personal, las instituciones a las que derivan los casos, la confidencialidad de los servicios prestados y los mecanismos de evaluación de la asistencia recibida. En cuanto a la formación y/o inducción del personal de la DEMUNA, en 15 casos (32,6%) no hubo formación previa al uso de la funcionalidad. La organización que más forma al personal es el IIMP (68,6%), seguida de algunas organizaciones no gubernamentales (36,7%), nuestra DEMUNA (25,8%) y las autoridades locales (19,4%).

2.2. Modelo teórico

La expresión calidad puede designar diferentes significados según el contexto en el que se inserte, considerándose relativa porque implica un juicio de valor individual y colectivo. El término *Qualitas* deriva del latín y de ahí surgió la palabra calidad que, en el ámbito de la producción de bienes y servicios, permite identificar una diversidad de conceptos descritos por importantes estudiosos del siglo XX:

La calidad es lo que el cliente percibe o entiende por valor, de cara a su aprendizaje social, el mercado, la sociedad y las tecnologías disponibles. El concepto y el significado de la calidad son dinámicos y se han ido transformando a lo largo de la historia, introduciéndose nuevos elementos guiados por el progreso de las organizaciones y de la sociedad. Entre los principales ideólogos de los principios de calidad, destacamos: Walther Shewhart, Edwards Deming, Joseph M. Juran, Kaoru Ishigawa, Armand V. Feigenbaum y Philip B. (Grönroos, 1994)

Shewhart creó el ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Comprobar, Actuar) como método de control de calidad y, junto con Deming, desarrolló un método de control de calidad basado en la estadística. La contribución de Deming fue instituir un programa de mejora continua que consta de catorce puntos fundamentales, que demuestran los principios para que una empresa sobreviva y sea competitiva. (Cremanschi, 2014)

Ya el ideólogo Joseph M. Juran propuso que el control de calidad se entiende por tres procesos: planificación, control y mejora de la calidad, cuyos principios constituyen la Trilogía de Juran. Otro teórico de la calidad, Kaoru Ishigawa, es reconocido por la creación del diagrama causa-efecto (espina de pescado) y por el desarrollo del concepto de círculos de control de calidad. Armand V. Feigenbaum idealizó el Control de Calidad Total (TQC), que presenta el liderazgo, la tecnología moderna y el compromiso organizativo como pasos para lograr la calidad. La teoría de Crosby defiende el paradigma de la mejora de la calidad a través del concepto cero defectos. Para este autor, la calidad no puede evaluarse como buena o mala, sino que considera que los requisitos deben ser o no conformes con las especificaciones. (Lovelock & Wirtz, 2009)

A partir de los años 80, surge la Gestión de la Calidad Total (Total Quality Management - TQM) que presenta como puntos básicos: el enfoque en el cliente, el trabajo en equipo, la toma de decisiones basada en el análisis estadístico y la resolución de problemas orientada a la reducción de errores.

Tales principios, en su momento, fueron importantes para que las empresas apalancaran su producción, dada la necesidad de producir más por un menor precio y también la competencia entre productos creció en el mercado y los clientes, ayudados por las leyes y el código de protección al consumidor, se han vuelto cada vez más conscientes de sus derechos y exigentes con la calidad del producto adquirido destaca que la cultura de la calidad, cuando se implanta en una empresa, debe ser entendida por todos como un valor y, para lograr la excelencia del servicio a través de la gestión de la calidad, es necesario contar con el compromiso de todas las personas que ocupan los diferentes niveles jerárquicos de la organización. (Alcaide & Soriano, 2006)

Así, el proceso de implantación de la calidad en una institución depende en gran medida del conocimiento, del cambio de actitudes y de los comportamientos de los gestores y de los empleados de la institución, así como de la motivación y del estímulo que se dé a los miembros implicados en este proceso.

La aprobación y aceptación de un servicio que prioriza las expectativas de los usuarios están directamente relacionadas con factores físicos, cognitivos y motivacionales. Desde los años 70, se estudia la satisfacción de los usuarios con respecto a la calidad de la atención, cobrando cada vez más importancia en los servicios prestados en cualquier entidad.

Con la concienciación de los usuarios en recibir un servicio de calidad y de los profesionales en hacer todo lo posible por atender a determinado grupo de población, cada vez se realizan más estudios de satisfacción en diversos sectores. Ante esta demanda, este tipo de estudios no se limita al ámbito académico, lo que permite aplicar una variedad de metodologías para alcanzar los datos necesarios.

En general, la satisfacción del usuario puede definirse como las evaluaciones individuales positivas de distintas dimensiones de la atención

sanitaria. Para Donabedian (1984), la evaluación de la satisfacción se basa en la valoración de los resultados, que están relacionados con el producto final de las políticas sanitarias y la modificación del estado de salud de los individuos y la población.

Vaitsman (2008) describió la satisfacción del usuario en la dimensión de la aceptabilidad, ya que los servicios ofrecidos y recibidos por el usuario deben estar en consonancia con las expectativas y las necesidades reales de los usuarios. Todas las cuestiones relacionadas con las aspiraciones de los usuarios implicados en la atención están relacionadas con lo que el usuario considera justo o equitativo.

El concepto de satisfacción se centra en las diferentes dimensiones que envuelven la atención de calidad, desde la relación médico-paciente hasta la calidad de los centros y profesionales sanitarios. En la ciencia política, el concepto de capacidad de respuesta se utiliza en relación con las acciones gubernamentales que pretenden satisfacer las expectativas y demandas de la población (Lamb, 1983).

La satisfacción de los usuarios y la calidad de la atención no pueden ser juzgadas enteramente en términos técnicos por los profesionales que brindan el servicio. Las preferencias de los pacientes y de la sociedad también deben incorporarse para una atención de calidad. Las condiciones socioeconómicas generan una estratificación de los individuos y grupos de población. A partir de esta estratificación, se elaboran aleatoriamente posiciones sociales que provocan diferencias en la percepción de la satisfacción. (Cordera, 1983).

Los resultados de los estudios relativos a la satisfacción no reflejan la forma en que se trata a la persona en los servicios; las cuestiones relacionadas con la percepción del usuario están directamente influidas por sus expectativas y la subjetividad del concepto de calidad.

Donabedian (1993) señala que la evaluación de la calidad de los servicios prestados tiene como componentes la eficacia, la efectividad, la optimización, la aceptabilidad, la legitimidad y la equidad. Para evaluar el grado de satisfacción de los usuarios, la calidad de la atención se juzga por su conformidad con los valores y expectativas individuales y sociales. Estas expectativas de los ciudadanos determinarán la aceptabilidad y la legitimidad de la atención prestada.

Según el estudio de satisfacción del usuario desarrollado por Esher (2011), se puede comprobar que la satisfacción está relacionada no sólo con la relación directa de los usuarios con los servicios prestados, sino también con su historia y expectativas respecto a la experiencia vivida, incluyendo aspectos objetivos y subjetivos del juicio a realizar.

El modelo teórico de satisfacción considera que las experiencias previas con los servicios pueden crear o modificar las experiencias de los usuarios con los servicios prestados. Estas expectativas o deseos, surgidos de la experiencia actual, influirán en el desarrollo de las opiniones de los usuarios. Dado que influyen las características individuales, este modelo teórico incluye características como las preferencias, la cultura y los valores, que participan en el desarrollo de las diferentes opiniones sobre la satisfacción (Esher, 2009).

La satisfacción construida tiene una visión multidimensional en la que las actitudes de los pacientes están influidas por diferentes factores. La organización de este modelo ayuda a visualizar la diversidad de aspectos que permean la satisfacción de los usuarios y la contextualización entre usuarios y servicios, permitiendo investigar cómo los usuarios tienen diferentes conexiones en las unidades de dispensación y las dimensiones que influyen en la satisfacción (Esher, 2010).

Según Aharony (2009), los estudios actuales plantean cuestiones en las que es necesario profundizar en las evaluaciones de satisfacción, como son: la

reacción de los usuarios y su satisfacción; la relación de los profesionales con el equipo de trabajo y el impacto en la satisfacción; y el grado de satisfacción tras los cambios de adecuación centrados en el usuario.

Esta evaluación se refiere a los dos componentes adaptados y demostrados en el modelo de Esher (2010), que son: la percepción del usuario en la experiencia actual y el juicio de las dimensiones (acomodación y conformidad) de la satisfacción.

En línea con las ideas defendidas por Gronroos, Lindon et. al (2008), citado por Toso (2006), sostienen que la discrepancia entre las expectativas y las percepciones del consumidor es lo que permite evaluar la calidad de un servicio. Al igual que Gronroos, el mismo autor sugiere cuatro factores decisivos para influir en las expectativas del consumidor: el boca a boca, las necesidades personales, las experiencias previas y la comunicación externa.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) afirman que la calidad en los servicios se basa en diez factores determinantes: fiabilidad, sensibilidad, competencia, accesibilidad, cortesía, credibilidad, seguridad, comprensión, reconocimiento y aspectos tangibles. (Cremanschi, 2014)

2.3. Marco teórico

2.3.1. Calidad de atención.

El término calidad sugiere muchos enfoques y, al ser subjetivo, da lugar a varias definiciones. La calidad está relacionada con la conformidad y las especificaciones, es decir, significa producir un bien o servicio de acuerdo con lo preestablecido. Por otro lado, la calidad es el cumplimiento de las exigencias y expectativas del cliente. Así, el producto o servicio debe adaptarse al usuario para que se perciba su calidad.

La calidad ha existido en sus diferentes enfoques desde que el primer hombre habitó esta tierra. De forma natural e instintiva, el hombre busca lo que mejor se adapta a sus necesidades, ya sean materiales, sociales, intelectuales o espirituales. Así, este concepto ha pasado de ser una mera inspección productiva a una visión empresarial sofisticada y estratégica. Según Maximiano (2008), la evolución de la calidad abarca tres etapas distintas: La Era de la Inspección con la calidad centrada en el producto, la Era del Control Estadístico con la calidad centrada en el proceso y la Era de la Calidad Total con el enfoque en el negocio, es decir, abarca todos los puntos involucrados.

Una de las maneras más eficaces que tienen las empresas para diferenciarse en el mercado es ofrecer un servicio de calidad superior al de sus competidores. Cuando los clientes sienten que sus necesidades han sido bien satisfechas, están dispuestos a volver a utilizar los servicios.

Así, la calidad se refiere a la plena satisfacción del cliente. Y para lograr tal objetivo, resulta esencial que la empresa se centre profundamente en sus necesidades y deseos, creando y ofreciendo un servicio que satisfaga o supere sus expectativas.

En más del 90% de los clientes insatisfechos no se esfuerzan por presentar reclamaciones, simplemente pasan a hacer negocios con un competidor. Pero expresan sus insatisfacciones con otros clientes potenciales. De este modo, uno se da cuenta de que no sólo la empresa pierde un cliente, sino que también corre el riesgo de perder otros, ya que el cliente insatisfecho se encarga de transmitir sus quejas.

Campos (1992) afirma: un producto o servicio de calidad es aquel que satisface las necesidades de los clientes de forma perfecta, asequible, segura y a tiempo. Es fundamental que la empresa no trabaje estos principios de forma aislada para no arriesgarse a comprometer toda la

cadena, sino que busque trabajarlos conjuntamente para lograr una perfecta armonía y un diferencial competitivo.

Cuando un consumidor entra en una tienda, adquiere un servicio o producto o es atendido, tiene muchas expectativas. Estas expectativas no se limitan a comprar y adquirir un nuevo producto, sino que son más que eso. Espera tener una experiencia positiva. La calidad experimentada por el cliente se crea a partir de esta interacción entre el servicio y el cliente. Según Gerson (2003), el servicio al cliente se refiere al acto de atender, de cuidar, de prestar atención a las personas que reciben o mantienen contacto. Requiere un estado de ánimo competente por parte de quienes practican el servicio de forma responsable.

El servicio, a su vez, es el contacto con el cliente, y tiene como finalidad: dar la bienvenida, aclarar dudas, indicar opciones, diagnosticar necesidades, calmar y hacer esperar y evitar la pérdida de tiempo. Gerson (2003) también presenta algunos consejos sobre la atención al cliente y el mantenimiento que retratan un diferencial competitivo: diferenciación de los servicios, evaluación por parte del cliente, realizar programas de atención al cliente y mantenimiento, llenar las lagunas, cumplir y superar las expectativas, desarrollar programas de premios a los clientes, identidad pública, servicio a la comunidad, utilizar sistemas de atención al usuario de fácil acceso, formar y delegar competencias a los empleados.

El concepto de calidad ha ido experimentando cambios a lo largo del tiempo de manera que, cada vez más, es un punto esencial de la gestión en todas las organizaciones. La evaluación de la calidad de los productos ya viene desde la revolución industrial en el control del trabajo de los artesanos. Sin embargo, en las últimas décadas se ha producido un gran cambio en lo que se refiere a la gestión de la calidad debido a la gran demanda -y consiguiente competitividad- pero también a la globalización. Hoy el mercado lo controlan los clientes y no quien produce.

La calidad puede ser un concepto muy subjetivo de definir, ya que depende de la interpretación que cada uno le dé. Sin embargo, varios autores tratan de definir este concepto de una manera sencilla que sea aceptada y practicada por las organizaciones.

Es posible afirmar que la calidad y la satisfacción del cliente van de la mano, siendo que para Parasuraman et. al (1988) citado por Crece negocio (2016), la calidad se reconoce como una actitud que está permanentemente sujeta a una evaluación; y la satisfacción se reconoce como el resultado de una transacción. Si por un lado Parasuraman et. al (1988) y Cronin y Taylor (1992) sugieren que cuanto más calidad tenga un servicio mayor será la satisfacción del cliente, por otro lado, Bitner (1990) y Bolton y Drew (1991) afirman que la satisfacción debe considerarse en primer lugar. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) también sostienen que la calidad en los servicios puede definirse como la dimensión de la discrepancia entre las percepciones y las expectativas del cliente. Paladini (2008) sostiene que la calidad puede definirse por un conjunto de características, propiedades, atributos o elementos que conforman los bienes y servicios.

Para Juran (1992) citado por Cremanschi (2014), el concepto de calidad se refiere a la ausencia de deficiencias. Un producto tiene más calidad cuanto menos defecto tiene. Así, podemos entender que la calidad es una búsqueda permanente de la excelencia, de la capacidad de respuesta rápida, de la superación de las expectativas del consumidor, ya sea en el producto, en la prestación de servicios o en la atención al cliente. Salgado (2000), sugiere que el nivel de calidad se traduce en un indicador de competitividad que debe ser alimentado a través del conocimiento del consumidor, de sus necesidades, de sus expectativas para que sea posible ofrecer continuamente calidad. Muchos autores han estudiado la calidad y su relación con la satisfacción. Así, presentamos a continuación tres modelos de calidad desarrollados por tres autores diferentes.

Según Gronroos (1982), citado por Toso (2006), la calidad de un servicio experimentado está influida por la imagen que el consumidor tiene de la organización y puede dividirse en dos categorías: la técnica y la funcional. La dimensión técnica responde a la pregunta qué, referida a la calidad que recibe el cliente. Mientras que la dimensión funcional responde a la pregunta cómo y se refiere a la forma en que el cliente recibe el servicio.

Según el modelo descrito, la percepción de la calidad está muy influida por la imagen que el cliente tiene de la organización. Una organización que tiene una imagen favorable ante el consumidor puede cometer más fácilmente pequeños errores sin grandes perjuicios. Por otro lado, una organización con una imagen negativa para el consumidor es más probable que reciba quejas por los pequeños errores que pueda cometer, ya que se trata de un consumidor menos tolerante. Así, varios autores consideran que la imagen que el consumidor tiene de una organización es una dimensión de la calidad que influye en las expectativas y la percepción de la calidad del servicio. Este modelo se centra en cómo percibe el cliente la calidad del servicio, basándose en el comportamiento del consumidor en situaciones posteriores al consumo.

La calidad percibida traduce la diferencia entre la calidad esperada -la expectativa del consumidor- y la calidad experimentada -lo que el consumidor recibió. Gronroos (1988), citado por Toso (2006), sostiene que la calidad esperada, es decir, las expectativas del consumidor, se alimentan de varios factores como el número de ventas, las necesidades del consumidor, las campañas de marketing, el boca a boca positivo y la imagen de la organización.

En este modelo, sólo cuando la calidad experimentada se corresponde con la calidad esperada -con las expectativas del consumidor- existe una buena calidad de servicio. Por tanto, para alcanzar este ideal, las expectativas de los consumidores siempre deben cumplirse o superarse, y nunca deben quedarse cortas.

Kotler y Keller (2012), sostiene que la felicidad de los empleados es uno de los puntos clave para que la calidad del servicio al cliente sea competitiva. Empleados motivados, además de tener una alta productividad, son también embajadores de la organización donde trabajan. Los mejores profesionales de la venta son los que utilizan su propio producto y lo conocen como la palma de su mano (Kotler et al. 2010). La importancia de la calidad en la formación de los empleados trasladará la imagen de la organización al público, ya que el cliente se creará una percepción de la marca en función de cómo sea atendida.

Kotler y Keller (2008) sostienen que las personas que están en contacto con el cliente tienen un doble papel en el desempeño de sus funciones. Estas personas deben defender los intereses de la organización a la que representan actuando de acuerdo con su estrategia y sus directrices, pero también deben defender los intereses del cliente proporcionándole una experiencia inolvidable para que quiera volver a comprar.

Es difícil disociar la calidad del servicio al cliente de la gestión de los recursos humanos. Los mismos autores, Kotler y Keller (2012), sostienen que ambos están interconectados en el sentido de que los recursos humanos deben tener la función de mantener a los empleados satisfechos, motivados, con un alto espíritu de iniciativa, responsables y también deben tener la capacidad de hacerles entender que cada empleado es un elemento clave para el éxito de la organización. El empleado necesita sentir que realmente es importante para la organización y que no es un número más en un documento de la base de datos. Al final, debe haber cierta sensibilidad y sentido de la humanidad en la gestión de las personas, tanto de las que dan la cara por la organización, como de las que no lo hacen, pero que trabajan por el éxito.

Los valores de una organización también son fundamentales para el éxito del servicio al cliente. Es en los valores en los que una organización debe

basar sus actividades empresariales. Debe haber una identidad, una cultura organizativa cohesionada capaz de gestionar situaciones de conflicto.

Para Toso (2006) El espíritu de servicio al cliente es una actitud justificada en ciertos valores y creencias sobre las personas, la vida y lo laboral, que hace que una persona sirva voluntariamente a los demás y se sienta orgullosa de su trabajo. Por otro lado, Toso (2006) describe la actitud de compromiso y dedicación al servicio al cliente como culto al cliente, donde el compromiso es crear valor para el cliente.

Hoy en día, con una sociedad orientada al cliente, la calidad y la excelencia ocupan un papel importante en la estrategia y el éxito de cualquier organización. Toso (2006) considera que, una vez superada la fase de conquista del cliente a través de la excelencia de la calidad y la consiguiente satisfacción, la organización mantendrá a los clientes que ya ha conseguido conquistar y atraerá a otros nuevos. Durante este proceso de captación de nuevos clientes, la organización ganará una reputación positiva, a través de los distintos clientes satisfechos que se han convertido en sus embajadores.

Muchos investigadores coinciden en que, durante las últimas décadas, la calidad del servicio se ha convertido en un poderoso factor diferenciador en las estrategias de las organizaciones para satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de los clientes. En este sentido, destacamos la posición de Vargas y Aldana (2014) quienes afirman que la atención al cliente es una práctica más que una teoría, según la cual el autor dice que no tiene sentido tener evidencia de estándares y procedimientos a seguir si el proveedor de servicios en realidad no los aplica en sus tratos con los clientes. El mismo autor considera que el servicio al cliente es aplicable a todo tipo de organizaciones y a sus empleados. No es un concepto que deba dirigirse sólo a restaurantes, tiendas y hoteles. El servicio de atención al cliente también puede aplicarse al servicio prestado por teléfono, en la atención al cliente. Un alto directivo también debe tener las habilidades de un proveedor de servicios para interactuar con el cliente, de modo que sea

capaz de ejecutar un liderazgo ejemplar. Toso (2006), afirma que la estrecha relación de los altos directivos con sus empleados es esencial, ya que el equipo se siente más motivado y entusiasmado para cumplir los objetivos que se proponen. Por tanto, es evidente que cualquier organización se beneficia de un enfoque orientado al cliente.

Vargas y Aldana (2014) cree que el servicio al cliente es la prueba definitiva, ya que el producto puede ser perfecto, el precio puede ser altamente competitivo, las campañas de marketing pueden ser las mejores, pero si la organización no practica un servicio al cliente de alta calidad correrá el riesgo de que su inversión sea un fracaso. La excelencia en la calidad del servicio al cliente ya no debe ser una estrategia escrita en papel, sino que debe ser integrada y practicada por todos los empleados a diario en las interacciones con los clientes. Toso (2006), cree que sólo las organizaciones que se centran en el cliente, satisfaciendo sus necesidades y superando sus expectativas, prosperarán durante varios años. Hernández, et al. (2009) afirma que el servicio al cliente debe formar parte de la cultura de la organización. Debe ser entendido, cultivado y aceptado por todos.

Es a través de la comunicación como los empleados pueden conocer mejor las percepciones y expectativas del consumidor en relación con una determinada organización. Para Kotler y Keller (2012) los empleados del front office son los que mantienen un contacto directo y regular con los clientes, por lo que deben ser los intermediarios entre el cliente y los elementos de gestión. Si los empleados del front office no transmiten a los elementos de gestión la información que reciben de los clientes, resulta complicado mantener un negocio basado en la calidad, la excelencia y la satisfacción del cliente. Es en este contexto que Kotler y Keller (2012) sugiere que debe haber una forma de comunicación entre los empleados que están en el servicio al cliente con los elementos de la alta dirección. Este intercambio de información puede realizarse mediante cartas de sugerencias, reuniones o incluso puede ser el resultado, por ejemplo, de una

conversación de café. La comunicación entre estos dos niveles jerárquicos reducirá los fallos en la gestión de las expectativas.

En relación con la comunicación externa, Kotler y Keller (2012) sostiene que la calidad del servicio al cliente depende fundamentalmente de la capacidad de la organización para comunicarse con sus clientes. Sin embargo, la comunicación debe ser bidireccional, es decir, no basta con que la organización se comunique con sus clientes, sino que también debe escucharlos.

Teniendo en cuenta lo expuesto, ambos autores están de acuerdo con la existencia de una comunicación entre todos los implicados, siempre con el objetivo de ofrecer un servicio al cliente de alta calidad, trabajando en las relaciones con los clientes actuales y atrayendo a otros nuevos.

2.3.1.1. Confiabilidad.

Es la capacidad de prestar con precisión y fiabilidad el servicio prometido. Según, Zeithaml, Bitner y Gremler (2009) sostienen a la fiabilidad como la capacidad de prestar de forma fiable y precisa el servicio prometido (p. 111). Así, Kotler y Keller (2012) también señalan que la fiabilidad está en función de la entrega fiable y precisa del servicio prometido. (P.374).

Como los autores señalaron anteriormente, este valor está prácticamente relacionado con la capacidad de prestar un servicio de forma informada y precisa. Del mismo modo, Tschohl (2011) señaló que los consumidores quieren que las organizaciones presten los servicios que esperan de forma fiable, consistente y coherente; se ha comprobado que las promesas incumplidas son una de las principales causas de insatisfacción de los consumidores (p. 138).

Este valor es muy importante para los usuarios de la DEMUNA porque creen que el servicio que aún necesitan será profesional, objetivo y, lo más importante, positivo para sus pequeños inconvenientes.

2.3.1.2. Sensibilidad.

Esto significa esforzarse por ofrecer a los consumidores un servicio preciso y puntual. Zeitaml et al. (2009) manifiestan que el deseo de facilitar y proporcionar un servicio oportuno al consumidor es la capacidad de respuesta (p. 111). Así, Kotler y Keller (2012) sostienen a la capacidad de respuesta como un deseo de facilitar al consumidor y proporcionar un servicio oportuno (p. 374).

Este significado está relacionado con la función de la capacidad de respuesta, que es la capacidad de reacción y la voluntad de los empleados de responder con comodidad y confianza a las peticiones de los usuarios. Por otro lado, Tschohl (2011) afirmó que las organizaciones necesitan demostrar capacidad de respuesta y rapidez en el servicio (p. 138). Sin duda, esta escala desempeña un papel fundamental en la DEMUNA, ya que la resolución adecuada del caso conducirá a la paz y a la satisfacción de las necesidades primordiales del niño; como, la salud, la alimentación, la educación y el hogar. No debemos olvidar que el menor tiene la necesidad básica más urgente de cualquier ser humano, que es el amor, la ternura y la presencia de los padres.

2.3.1.3. Seguridad.

Comprensión y cortesía del personal y su capacidad para brindar confianza y estabilidad. Zeitaml et al. (2009) reconocen a la estabilidad como la comprensión, amabilidad y capacidad para proporcionar seguridad y confianza (p. 111). Por otro lado, Kotler y Keller (2012) señalaron que la comprensión, así como la amabilidad del personal es la capacidad para proporcionar seguridad y confianza (p. 374). Esta cualidad se refiere no sólo a la comprensión y la profesionalidad del personal, sino también a la

garantía de que los negocios se llevarán a cabo de forma confidencial y con moderación.

Según Tschohl (2011) los consumidores creen que los trabajadores deben conocer necesariamente todos los factores de su labor, así como ser corteses e inspirar confianza en la calidad de los servicios prestados (p. 138). En cuanto a esta escala, hay que tener en cuenta que los usuarios no se quejan por miedo a que se revelen sus temores, no se guardan nada y son discretos, por lo que esta función requiere de expertos con ética y valores que tengan una base sólida.

2.3.1.4. Empatía.

El enfoque y la atención personalizan que las instituciones ofrecen a sus clientes. Para Zeitaml et al. (2009) la empatía es la atención personalizada o dirigida a los usuarios (p. 111). Por otro lado, para Kotler y Keller (2012) sostienen como el deseo de servir a los usuario o clientes de forma atenta y personalizada (p. 374). De acuerdo a estos autores citados, esta escala se refiere la atención y al trato que se da a los usuarios, que debe ser personal, afectuoso, de confianza e inclusivo. Tschohl (2011) descubrió que los consumidores echan en falta organizaciones que ofrezcan servicios personalizados y los escuchen (p. 138).

Esta dimensión juega un papel fundamental, ya que depende en gran medida del tipo de trato que reciba el usuario para sentir no solo satisfacción sino también paz mental, y cada condición indispensable asegura que sus necesidades y/o deseos sean satisfechos.

2.3.2. Satisfacción del usuario.

Según Toso (2006), Los clientes son el mayor activo de una empresa, porque sin ellos la empresa no existiría. Después de esta declaración, podemos concluir que las organizaciones no solo deben enfocarse en la producción y el flujo de productos, sino también tener una mentalidad empresarial que se centre en la satisfacción del usuario. El propio autor argumenta que los usuarios de hoy no solo están satisfechos con los beneficios de los productos/servicios que compran, sino que también otorgan una importancia creciente a la calidad de los servicios prestados.

La satisfacción, según Vildósol (2009), Afirma que las organizaciones se están moviendo cada vez más hacia la satisfacción total del usuario, que es una herramienta de marketing esencial. Cambiar el pensamiento estratégico en una organización lleva tiempo.

Vildósol (2009), Argumenta que la alta dirección ahora solo se da cuenta de que los servicios orientados al usuario son un proceso estratégico. Hoy ya no es suficiente apoyar el éxito de la organización en campañas en el exterior. Debe pensar en una estrategia centrada en el cliente e implementarla como socio comercial.

Hernández (2011), Sostiene que el objetivo principal de una organización es crear y retener usuarios. El propio autor sabe que desde el momento en que la organización ganó el 100% de los usuarios, la organización tenía todas las condiciones necesarias para aceptar a esta organización como socio comercial, usando palabras positivas, el género introdujo esta organización en su red.

Kotler (2002), Se sugiere que la satisfacción del usuario se mida de forma continua para determinar los puntos clave de la estrategia de marketing mediante la comprensión de cómo se percibe la prestación del servicio. Los propios autores sostienen que la evaluación de la satisfacción se puede realizar tanto externa como internamente. Las revisiones de clientes externos se pueden realizar a través de encuestas, compras misteriosas y

tasas de recompra, pero también se pueden realizar a través de la gestión de reclamos. Por otro lado, también es necesario evaluar el nivel de satisfacción del cliente interno. Cuanto mayor sea la satisfacción de los clientes internos, mejor se desempeñarán con los clientes externos. Para ello se utilizan encuestas a los empleados y sus superiores para saber si hay un buen ajuste a la estrategia inicialmente definida.

Kotler y Armstrong (2012), Hay fallas en la calidad de la prestación del servicio. Puede surgir por errores en la cadena de gestión, por una estrategia mal planificada o viceversa, como enfatizan Lovelock y Wirtz (2007), puede surgir cuando existe un desajuste a mediano plazo en las expectativas del cliente y cómo enfrentarlo. . .

Asimismo, Kotler y Armstrong (2012), Las quejas son una forma de insatisfacción con el servicio, que debe entenderse como una sugerencia para mejorar el trabajo realizado. Esto no es un ataque personal a la organización ni a los empleados, sino una señal de alerta sobre la calidad del servicio prestado. En situaciones de conflicto, a menudo se tiene en cuenta la calidad del servicio prestado. La respuesta ante desastres puede ser un indicador de la calidad del servicio al cliente. En situaciones, las instituciones deben tener en cuenta una serie de indicadores para solucionar este problema: se debe analizar la compra de la compra que los clientes realizan con esta marca; Se realiza el valor de las compras; El método en el que interactúan los clientes debe evaluarse frente al modo de conflicto. Por lo tanto, la gestión de quejas es un punto importante en el éxito de la organización.

Kotler y Armstrong (2012), En este sentido, es necesario que cualquier institución escuche a los clientes habituales. Kotler (2001) sabía que todos los clientes insatisfechos no se quejaban. En su investigación encontró que del 25% de clientes insatisfechos, solo el 5% se quejó. El 95% restante simplemente deja la organización, pasando fácilmente sus preferencias a un competidor porque no saben si vale la pena quejarse y dónde abordar su

insatisfacción. Al escuchar a los usuarios tendrán una comprensión más profunda de lo que se debe cambiar para que tengan una experiencia satisfactoria que quieran repetir. Freemantle (1994) argumenta que una organización debe tener la capacidad de escuchar a los clientes para conocer sus preferencias, sentimientos, pensamientos y qué tipo de enfoque valoran más. Según Freemantle (1994), alentar la retroalimentación de los clientes es una forma importante de garantizar el compromiso a largo plazo con una organización.

Kotler y Armstrong (2012), Escuchar detenidamente lo que el usuario tiene que decir puede verse como una herramienta de marketing que puede garantizar una relación saludable a largo plazo. Una organización que quiere recibir retroalimentación de sus usuarios debe estar preparada para recibir elogios, pero también algunas objeciones.

Toschohl y Franzmeier (1996), citado por Alcaide y Soriano (2006), proponer algunos pasos clave para que el empleado aborde las quejas de los usuarios:

- El personal debe ser capaz de asumir la responsabilidad de lidiar con esta crisis escuchando y derivando al cliente a la persona más adecuada para ayudarlo a superar la situación. Es necesario acompañar al cliente hasta que su problema se resuelva por completo;
- El miembro del personal debe ser empático y mostrar preocupación por el problema del cliente, intentando ponerse en su lugar;
- El empleado debe mantener la calma y evitar enfadarse o alterarse. Muchas veces, durante una reclamación, el cliente puede hacer recaer todas sus frustraciones sobre la persona que le atiende, sin que el cliente tenga la culpa. Es fundamental que el cliente perciba que la persona que le atiende está dispuesta a ayudarlo a resolver el problema;

- Debe quedar claro que el empleado que atendió a esta persona entendió la queja presentada y que acompañará a este cliente hasta que se solucione el problema;
- El empleado, en ningún caso, debe responder al cliente de forma inapropiada. Muchas veces el cliente que se queja puede tener un discurso inapropiado porque está en un estado de ánimo exaltado, pero el empleado nunca debe defenderse;
- El empleado nunca debe cuestionar lo que dice el cliente. Incluso sabiendo que la declaración del cliente que se queja es incorrecta, el empleado no debe, bajo ninguna circunstancia, intentar demostrar lo contrario. En su lugar, deben concentrarse en recopilar información para que la situación pueda resolverse lo antes posible;
- El empleado no debe, en ningún caso, culpar a otro empleado implicado en la queja;
- El empleado debe evitar en la medida de lo posible cualquier tipo de discurso que implique que el cliente fue el causante de la situación de crisis.

En resumen, las organizaciones orientadas al cliente no tratan de defenderse diciendo que la organización tiene razón y el cliente está equivocado. Escuchan y resuelven la situación lo antes posible. Sólo las organizaciones que tienen la capacidad de escuchar al cliente sobreviven, porque cultivan las relaciones para que den lugar a otras nuevas y así sucesivamente.

Hoffman y Bateson (2012), creen que para que una organización proporcione productos o servicios de calidad, debe cumplir con las expectativas del cliente. Muchas organizaciones creen que conocen a sus clientes basándose en suposiciones. La mayoría de las veces, confiar demasiado en estas suposiciones conduce a la pérdida de clientes, la mayor pesadilla en cualquier negocio. Perder clientes es una debilidad tan asombrosa en la competencia que se debe hacer una gran inversión para tratar de recuperarlos. Como señalan Boyett y Boyett (2001), al igual que los inversores, también es difícil atraer clientes. Wing (1998) afirma que el hecho

de que las organizaciones se centren tanto en los clientes internos que en los clientes externos conduce a una falla en la gestión de sus expectativas.

Hoffman y Bateson (2012), Dado este panorama sesgado en el análisis de las expectativas del consumidor, Boyett y Boyett (2001) sugieren que una forma de superar las expectativas del consumidor es garantizar el 100% de satisfacción. La innovación es otro aspecto importante de la gestión de las expectativas del consumidor. Si la organización puede comprender primero las necesidades del consumidor antes que los propios consumidores, entonces gestionar las expectativas se convierte en una tarea mucho más útil.

Evans y Lindsay (2008), En un momento en el que hay varios servicios que ofrecen la misma experiencia, las organizaciones tienden a buscar formas de diferenciación en términos de calidad de servicio al cliente. Las organizaciones deben trazar una visión estratégica de mejora a largo plazo, para poder mantenerse en un mercado competitivo que cambia constantemente. En este contexto, es necesario medir la calidad de los servicios para poder entender los puntos de mejora, así como lo que está teniendo un efecto positivo en el cliente.

Zeithamil et al (2009), afirma que la calidad experimentada de un servicio está influida por la imagen que el consumidor tiene de la organización. Sin embargo, esta forma de evaluar la calidad es insuficiente, en la medida en que la imagen que el consumidor tiene en su mente puede no corresponder a la calidad real del servicio prestado.

Zeithamil et al (2009), argumentan que el modelo que desarrollaron, el SERVQUAL, surge en el contexto del examen de la calidad de los servicios y, por tanto, de la satisfacción del usuario. Los autores de este modelo identifican la insatisfacción de los clientes a través de las brechas en la prestación de servicios: las 5 brechas: La brecha 1 representa la falta de conocimiento del proveedor de servicios respecto a las expectativas y

necesidades del cliente; la brecha 2 se refiere a la falta de capacidad del gestor para crear normas que influyan en la calidad de la prestación del servicio; la brecha 3 se produce cuando el servicio prestado no cumple las normas descritas; la brecha 4 representa la divergencia que existe entre el servicio prestado y lo que se comunica al exterior; por último, la brecha 5 es la más completa, ya que se produce siempre que un cliente se siente insatisfecho con el servicio esperado; esta brecha puede ser el resultado de una o varias brechas anteriores.

Kotler y Armstrong (2012), La aplicabilidad de este modelo se produce en dos etapas. El primer momento se produce antes de que el cliente reciba el servicio, de modo que es posible evaluar sus expectativas sobre el servicio que va a recibir. Por otro lado, el segundo momento se refiere a la fase posterior a la prestación del servicio para poder evaluar la percepción del cliente sobre el servicio recibido. El hecho de que esta escala evalúe la calidad del servicio en dos momentos hace que todo el proceso sea más largo y costoso.

Kotler y Armstrong (2012), Otra de las dificultades encontradas en el análisis de la aplicabilidad del modelo SERVQUAL se refiere a la medición de las expectativas, especialmente en lo que se refiere al momento en que deben ser evaluadas sin ser influenciadas. Es decir, si las expectativas se miden después o durante la prestación del servicio, se verán influidas por la propia prestación. Por otra parte, si las expectativas se miden antes de la prestación del servicio -considerando que existe una tendencia natural por parte del cliente a elevarlas- la percepción del rendimiento del servicio puede ser baja en caso de que el servicio no satisfaga dichas expectativas.

Kotler y Armstrong (2012), En este sentido, seguimos caminando hacia la búsqueda de un modelo más fiable en cuanto al análisis de la calidad del servicio y nos encontramos con el modelo SERVPERF. En este modelo, Cronin y Taylor (1992), sostienen que la calidad es un concepto que debe basarse únicamente en la percepción del rendimiento del servicio. Los

autores sostienen que la calidad debe considerarse una actitud y no como la discrepancia entre las expectativas y el rendimiento de un servicio. Por ello, también presentan una escala alternativa que denominan SERVPERF. Su aplicabilidad se realiza sólo en un momento que se identificó como el momento después de que el cliente haya disfrutado del servicio.

2.3.2.1. Expectativa.

La expectativa es una variable cognitiva que indica la iniciativa anticipatoria, y su integración en la investigación psicológica es importante para describir y predecir el comportamiento, la dinámica social e incluso la base de nuestro propio estado de ánimo.

Es la probabilidad razonable, más o menos cercana o posible, de hacer o conseguir algo si el acontecimiento o la eventualidad previstos se convierten en positivos.

En psicología, la expectativa suele asociarse a una probabilidad razonable de que algo ocurra. Para que sea una expectativa, normalmente debe haber algo que la respalde. Lo contrario puede ser la simple esperanza, que puede ser ilógica o basada en la fe. La expectativa nace en medio de la incertidumbre, cuando aún no se sabe qué va a pasar. Una expectativa es lo que se considera más probable que ocurra y es, en definitiva, una suposición más o menos realista.

Si las expectativas no se cumplen, la persona puede experimentar una decepción. Sin embargo, cuando la verdad supera las expectativas, la persona suele emocionarse por la sorpresa. La expectativa está relacionada con las predicciones y los pronósticos, cuanto mayor es el grado de certeza sobre el futuro, más probable es que se cumpla la expectativa.

La experiencia es un tipo de comprensión o habilidad que se obtiene al observar, experimentar un evento o algo que sucede en la vida. Se refiere

principalmente a la distinción procedimental asociada a la experimentación y condensa los valores temporales pasados y futuros; es más probable que las experiencias ocurran si se tienen expectativas.

Al igual que la crítica, las expectativas se manifiestan a través de esquemas culturales mediados lingüísticamente que nos permiten aprender de los demás y las convierten en un fenómeno colectivo. En la experiencia se condensan la verdad y la razón; se prepara, se percibe, se reflexiona, se interpreta, se comunica y, en base a ello, se dictan cursos de acción que generalmente van encaminados a lograr la paz personal y un estado de satisfacción y felicidad con la vida y la situación.

2.3.2.2. Percepción.

La valoración que hacen las personas de su propia vida es importante no sólo porque identifica componentes que los cambios objetivos, como el consumo o los ingresos, pasan por alto, sino también porque son capaces de alertar con más calma sobre los cambios que se producen en el contexto de la evaluación de las necesidades y las demandas futuras.

La percepción es real y tiene enormes implicaciones porque puede cambiar la confianza en las instituciones o en las acciones de resolución de problemas. Los individuos no siempre tienen claro qué les hace felices, y les resulta difícil definir su satisfacción o insatisfacción en relación con los acontecimientos generales. En cambio, los particulares tienden a centrar su evaluación en hechos singulares y excepcionales, como la atención a los usuarios de la DEMUNA en el sector público.

Los límites más allá de los cuales la satisfacción evaluada subjetivamente cobra sentido una vez que se convierten en una medida de progreso, de ahí la relevancia de la aceptabilidad de estas interacciones y desafíos, ya que abren nuevos órdenes de análisis de conveniencia.

2.3.2.3. Confianza.

Este elemento se refiere a la actitud confiada y rigurosa del personal, que también demuestra que tiene una actitud correcta y atenta. La importancia de las siguientes características.

- ✓ Capacidad para prestar atención de emergencia: el personal de la DEMUNA debe dar importancia a las situaciones de emergencia porque son las que más apoyo necesitan.
- ✓ Continuidad y coherencia lógica de la atención: La atención al paciente debe observarse y organizarse correctamente, sin cambiar una orden ya dada.
- ✓ Interés por resolver los problemas de los usuarios: El personal de la DEMUNA se interesa por los clientes para resolver sus problemas.
- ✓ Mejor registro de la información del usuario: la información del cliente debe organizarse de forma que sea exigente en todo momento y facilite su aprendizaje.

2.4. Definición de términos

Accesibilidad: La cortesía implica una serie de cualidades, como el respeto por el cliente, un comportamiento amistoso y empático, una apariencia limpia y una forma de hablar adecuada: el jefe de ventas debe tener la sensibilidad de utilizar las palabras adecuadas en función del tipo de cliente, adaptando su discurso según el nivel de educación, por ejemplo. (Toso, 2006)

Actitud positiva: Todas las interacciones entre el proveedor de servicios y el cliente deben realizarse de forma educada, empática y positiva. La probabilidad de compra aumenta considerablemente cuando el cliente se siente bien tratado. (Kotler, 2002)

Atención al detalle: el cliente busca constantemente la perfección, por lo que el detalle adquiere aquí grandes proporciones. La atención al detalle es clave para la satisfacción del cliente más exigente. (Oakland, 2004)

Apariencia cuidada: la decoración del espacio, la limpieza y la forma en que se presentan los empleados son una parte fundamental para la buena percepción de la organización por parte de los clientes. La apariencia es una de las herramientas de marketing más fuertes porque es lo que crea una primera impresión en la mente del consumidor. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

Aspectos tangibles: se refieren a las instalaciones físicas, el aspecto físico de los empleados, los equipos que influyen en gran medida en la percepción del consumidor. (Alcaide & Soriano, 2006)

Calidad en los servicios: Aun siendo ampliamente abordada en las investigaciones científicas, sigue siendo muy discutida y cuestionada por gestores, administradores e investigadores. Esto se debe al hecho de que el tema involucra a dos sujetos de entendimiento poco común. Sin embargo, varios autores han identificado características sobre los servicios, con el fin de contribuir a la comprensión de su significado. (Oakland, 2004)

Capacidad de respuesta: El cliente debe obtener una respuesta a su solicitud/consulta en un plazo de dos días laborables. El responsable de esta actividad debe considerar una respuesta individualizada. (Crece negocio, 2016)

Competencia: Es la aplicación de conocimientos y habilidades que permiten la prestación de un buen servicio; la disponibilidad de los empleados, el tiempo de espera y los horarios de apertura están relacionados con el determinante. (Sandhusen, 2002)

Comprensión: Surge en el contexto del conocimiento del cliente: el especialista en ventas debe tratar de entender lo que el cliente necesita, intentando crear, en esta fase, una relación de mayor proximidad. (Vildósola, 2009)

Comunicación: Todas las llamadas telefónicas deben contestarse antes de cinco segundos. Al cliente no le gusta esperar y cinco segundos es un tiempo muy razonable. (Kotler & Keller, 2012)

Comunicar de forma proactiva: En caso de que alguna promesa transmitida no pueda cumplirse por algún motivo, el cliente debe ser informado inmediatamente para que pueda gestionar sus expectativas y, así, evitar reclamaciones. (Kotler, 2002)

Cumplir la promesa comunicada: Todo lo que se comunica, independientemente de la forma, debe cumplirse, porque al cliente no le gusta sentirse defraudado. (Lovelock & Wirtz, 2009)

Credibilidad: En una organización es fundamental cuando se trata de la percepción de calidad del cliente, porque es lo que da a la marca el respeto y la confianza de los consumidores. (Lovelock & Wirtz, 2009)

Dominio del servicio: La persona que se encarga de las interacciones con los clientes debe ser capaz de tomar decisiones a favor del cliente en cualquier circunstancia, sin temor a lo que pueda surgir después de la dirección. Cualquiera que atienda a los clientes debe trabajar para servirles con excelencia. (Toso, 2006)

Extras: al cliente le gusta que le sorprendan con cierta frecuencia. Los pequeños extras son un regalo simbólico para que el cliente se sienta bien tratado y tenga ganas de volver. (Crece negocio, 2016)

Fiabilidad: Se refiere a la coherencia y al cumplimiento de los plazos establecidos. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

Fiabilidad de los sistemas: El sistema de servicios no debe fallar nunca y debe funcionar siempre con un alto nivel de fiabilidad. (Toso, 2006)

Heterogeneidad: La estimulación de los precios y las actividades de normalización se ven obstaculizadas por la fuerte relación con el factor humano y la gran variedad de servicios existentes. (Toso, 2006)

Implicación: Todos los empleados deben conocer el producto/servicio que ofrecen. Deben conocer todos los procesos a seguir en una situación de crisis y deben tener la capacidad de reconocer y conocer a los clientes habituales. El proveedor de servicios de atención al cliente debe ser capaz de actuar ante cualquier pregunta que surja del cliente. (Evans & Lindsay, 2008)

Seguridad: Es fundamental, ya que el consumidor no comprará un producto/servicio que ponga en peligro su seguridad, tanto física como económica. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

Simultaneidad: como los servicios se consumen casi simultáneamente con el momento en que se producen, es prácticamente imposible detectar y corregir los fallos antes de que afecten al cliente. (Oakland, 2004)

Sinceridad: todo lo que comunique la organización debe basarse en la verdad. No se debe omitir ni distorsionar nada de la realidad; (Kotler, 2002)

Sensibilidad: Se refiere a la forma en que los empleados se acercan al cliente, la rapidez con que lo hacen. (Oakland, 2004)

Reparación rápida: Cualquier defecto en un producto o fallo en el servicio al cliente debe repararse rápidamente. Es normal que existan fallos, pero no es normal no solucionarlos rápidamente. (Crece negocio, 2016)

Tiempo de espera: Ningún cliente, bajo ninguna circunstancia, debe esperar más de cinco minutos para ser atendido. El cliente no tiene tiempo que perder y optará por la organización que no le haga esperar. (Toso, 2006)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de estudio

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación científica es esencialmente como cualquier tipo de investigación, sólo que más precisa, estructurada y cuidadosamente realizada. La investigación es básica o fundamental, porque pretende justificar la verdad o los fenómenos naturales para ayudar a una sociedad cada vez más desarrollada y capaz de afrontar mejor los retos de la humanidad.

Esta investigación no tiene como objetivo la aplicación práctica de sus descubrimientos, sino el crecimiento de la comprensión para responder al siguiente problema de investigación: ¿De qué manera la calidad de atención

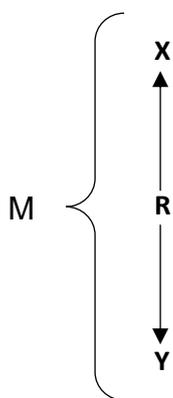
incide en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019?

3.2. Diseño de estudio

Esto confirma, según Carrasco (2013), la gran importancia que tiene el diseño de análisis en la investigación, también en la implementación metodológica del proceso de análisis, que proporciona un conveniente acercamiento al problema de investigación, al supuesto de investigación y a la consecución de los objetivos de la misma: la investigación, todo ello en el entorno social en el que se manifiesta el fenómeno objeto de estudio. Asimismo, según Hernández et al. (2014), el diseño correlacional determina la relación de dos magnitudes.

EL diseño del presente trabajo de investigación es descriptivo correlacional, porque el objetivo principal es determinar el nivel de incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.

DENOTACIÓN:



M = Muestra.

X = Calidad de atención al usuario externo de la DEMUNA.

Y = Satisfacción del usuario externo de la DEMUNA.

R = Posible relación.

3.3. Población y muestra

La población de estudio es el conjunto de unidades, estas unidades de estudio son los 197 Usuarios externos atendidos en la DEMUNA de enero a junio del 2019

Nivel de confianza.	:	95%.
Población de estudio.	:	197.
Margen de error.	:	5%.

$$n = \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = 130$$

La muestra del presente estudio está constituida por 130 Usuarios externos de la DEMUNA.

Tabla 1. Detalles de la muestra.

UNIDAD DE ANÁLISIS	SUB TOTAL
Usuarios externos de la DEMUNA.	130
TOTAL	130

Fuente: DEMUNA.

Criterios de inclusión: Usuarios externos de la DEMUNA, que acepten participar previo consentimiento.

Criterios de exclusión: Usuarios externos de la DEMUNA, que no quieran participar o no disponen de tiempo.

3.4. Métodos y técnicas

En la ejecución de la investigación se emplearon los siguientes métodos más importantes de la investigación científica:

Inductivo, para obtener las conclusiones de la investigación, asimismo para obtener los resultados de las variables, así como de las dimensiones.

Deductivo, Se utilizó para disgregar las variables en sus dimensiones, reflejando la verdadera comprensión de la calidad del servicio, que afecta positivamente a la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA. A posteriori, se realiza un análisis para explicar los resultados, que permitieron proponer las conclusiones de este trabajo de investigación.

Descriptivo, se empleó para analizar convenientemente las peculiaridades de las variables de la investigación, y también para determinar el nivel de incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.

La técnica empleada para conseguir la información de las variables fue la **Encuesta**.

El instrumento utilizado para recolectar los datos en relación a las variables de la investigación fue **el cuestionario**.

Tabla 2. Confiabilidad del instrumento.

INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICO	COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD
Cuestionario: Calidad de atención.	Alfa de Cronbach.	0,923.
Cuestionario: Satisfacción de los usuarios externos.	Alfa de Cronbach.	0,902.

Fuente: Encuesta a usuarios externos.

Analizando la Tablas 2, los índices determinados mediante el Alfa de Cronbach fueron 0,923 y 0,902, para las variables calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA, dichos valores superan a 0,90; y se concluye que los instrumentos para las variables calidad y satisfacción tienen una confiabilidad alta.

Tabla 3. Validez del instrumento.

EXPERTO	VALIDACIÓN	CALIFICACIÓN
Experto 1.	✓ Claridad ✓ Objetividad	Excelente.
Experto 2.	✓ Consistencia ✓ Coherencia	Muy buena.
Experto 3.	✓ Pertinencia ✓ Suficiencia	Excelente.

Fuente: Encuesta a usuarios externos.

En la Tabla 5, los expertos invitados a participar en la validación de los instrumentos, ratifican que la validación con respecto a claridad, objetividad, consistencia, coherencia, pertinencia y suficiencia de los instrumentos de la investigación tienen una calificación Excelente.

3.5. Tratamiento de datos

Desde el punto de vista estadístico, al tratarse de una población conocida, la muestra se obtuvo mediante el muestreo probabilístico aleatorio simple, además se presentó mediante tablas la información recogida con los instrumentos y su respectivo interpretación y análisis.

La estadística inferencial, esta dirige continuamente sus esfuerzos hacia el procesamiento conveniente de la información numérica sobre la población muestral definida, en el estudio se empleó para obtener inferencias precisas que permitan conocer las características y el posible comportamiento de la integridad de esa población.

Para sistematizar la información, de acuerdo con el problema y para lograr el objetivo, se procesaron los datos estadísticamente, considerando la tabulación de los datos, el resumen estadístico de los datos, las tablas y figuras de acuerdo con los cambios, las representaciones tabulares en computadora ; Los datos fueron sistematizados y analizados con el programa SPSS v23, se estableció el grado de confiabilidad mediante la prueba de confiabilidad alfa de Cronbach, y también, se utilizó la prueba de normalidad.

Por otro lado, se siguió las recomendaciones de Hernández et al. (2014), que sugiere proceder a los siguientes pasos: Tras codificar los datos y transferirlos a una matriz, se recogen los datos cuantitativos mediante un programa informático:

- ✓ Elección de un programa estadístico.
- ✓ Ejecución del programa.
- ✓ Análisis de datos (descriptivo y visualización de datos por variable).
- ✓ Determinación de confiabilidad y validez de los instrumentos.
- ✓ Pruebas estadísticas la hipótesis planteada.
- ✓ Realización de análisis adicionales.
- ✓ Elaboración de resultados mediante tablas, gráficos y otros.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Los datos analíticos se obtuvieron de forma objetiva y lógica, en este capítulo se realiza el tratamiento estadístico utilizando estadísticas descriptivas e inferencial, mostrando tablas, gráficos y análisis según hipótesis, y presentando valores calculados y niveles de probabilidad definidos.

Tabla 4. Baremo de análisis de la variable Calidad de atención.

CATEGORÍAS	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	PREGUNTAS
Pésimo	0 – 5	0% – 25%	Del 1 al 20
Regular	6 – 10	26% – 50%	Instrumento:
Bueno	11 – 15	51% – 75%	cuestionario para
Muy bueno	16 – 20	76% – 100%	Calidad de atención

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 4, muestra las categorías de análisis (Pésimo, Regular, Bueno y Muy bueno) de la variable Calidad de atención, ya que, la escala de valoración fue (No y Si) en el cuestionario, el cual tiene 20 preguntas con puntuaciones de 0 ó 1.

Tabla 5. Baremo de análisis de las dimensiones de la variable Calidad de atención.

CATEGORÍAS	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	PREGUNTAS
Pésimo	0 – 1.2	0% – 25%	D1: Del 1 al 5
Regular	1.3 – 2.5	26% – 50%	D2: Del 6 al 10
Bueno	2.6 – 3.7	51% – 75%	D3: Del 11 al 15
Muy bueno	3.8 – 5	76% – 100%	D4: Del 16 al 20

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 5, muestra las categorías de análisis (Pésimo, Regular, Bueno y Muy bueno) de las dimensiones de la variable Calidad de atención, ya que, la escala de valoración fue (No y Si) en el cuestionario, la Dimensión

Confiabilidad (D1), Sensibilidad (D2), Seguridad (D3) y Empatía (4), cada una tiene 5 preguntas.

Tabla 6. Baremo de análisis de la variable satisfacción del usuario.

EXPERTO	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	PREGUNTAS
Insatisfecho	0 – 5	0% – 25%	Del 1 al 20 Instrumento: Satisfacción del usuario
Poco satisfecho	6 – 10	26% – 50%	
Satisfecho	11 – 15	51% – 75%	
Muy satisfecho	16 – 20	76% – 100%	

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 6, muestra las categorías de análisis (Insatisfecho, Poco satisfecho, Satisfecho y Muy satisfecho) de la variable satisfacción del usuario, ya que, la escala de valoración (No y Si) del cuestionario, tiene 20 preguntas con puntuaciones de 0 a 1.

Tabla 7. Baremo de análisis de la dimensión Expectativa.

EXPERTO	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	PREGUNTAS
Insatisfecho	0 – 1.7	0% – 25%	Del 1 al 7 D1: Expectativa
Poco satisfecho	1.8 – 3.5	26% – 50%	
Satisfecho	3.6 – 5.2	51% – 75%	
Muy satisfecho	5.3 – 7	76% – 100%	

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 7, muestra las categorías de análisis (Insatisfecho, Poco satisfecho, Satisfecho y Muy satisfecho) de la dimensión Expectativa, ya que, la escala de valoración (No y Si) del cuestionario, tiene 7 preguntas con puntuaciones de 0 a 1.

Tabla 8. Baremo de análisis de la dimensión Percepción.

EXPERTO	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	PREGUNTAS
Insatisfecho	0 – 1.5	0% – 25%	Del 8 al 13

Poco satisfecho	1.6 – 3	26% – 50%	D2: Percepción
Satisfecho	3.1 – 4.5	51% – 75%	
Muy satisfecho	4.6 – 6	76% – 100%	

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 8, muestra las categorías de análisis (Insatisfecho, Poco satisfecho, Satisfecho y Muy satisfecho) de la dimensión Percepción, ya que, la escala de valoración (No y Si) del cuestionario, tiene 6 preguntas con puntuaciones de 0 a 1.

Tabla 9. Baremo de análisis de la dimensión Confianza.

EXPERTO	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	PREGUNTAS
Insatisfecho	0 – 1.7	0% – 25%	
Poco satisfecho	1.8 – 3.5	26% – 50%	Del 14 al 20
Satisfecho	3.6 – 5.2	51% – 75%	D2: Confianza.
Muy satisfecho	5.3 – 7	76% – 100%	

Fuente: Elaboración propia.

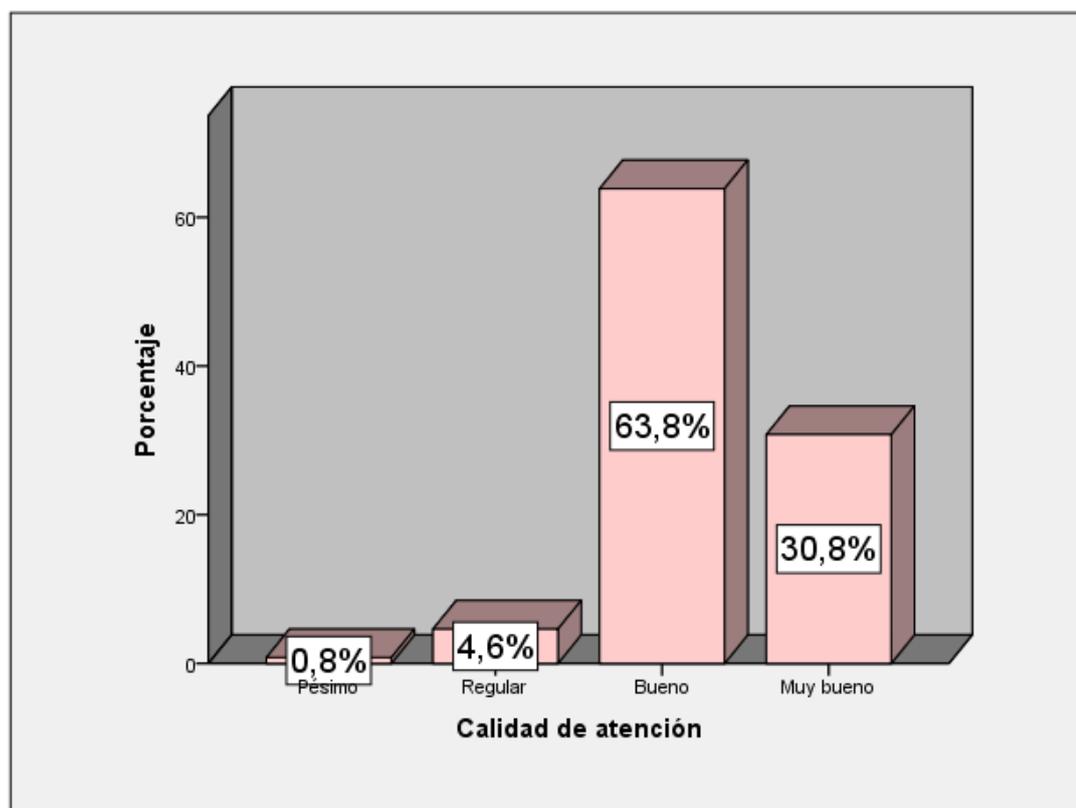
En la Tabla 9, se muestra las categorías de análisis (Insatisfecho, Poco satisfecho, Satisfecho y Muy satisfecho) de la dimensión Confianza, ya que, la escala de valoración (No y Si) del cuestionario, tiene 7 preguntas con puntuaciones de 0 a 1.

Tabla 10. Resultados de la variable Calidad de atención.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pésimo	1	,8	,8	,8
Regular	6	4,6	4,6	5,4
Válido	Bueno	83	63,8	69,2
	Muy bueno	40	30,8	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 1. Resultados de la variable Calidad de atención.



Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 10 y Gráfico 1, el 63,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata manifiestan que la calidad de atención buena, el 30,8% manifiestan que la calidad de atención es muy buena, el 4,6% manifiestan que la calidad de atención es regular y el 0,8% manifiestan que la calidad de atención en la DEMUNA es pésima.

Análisis:

La atención integral a las niñas, niños y adolescentes es el plan con el que todos los que intervienen deben actuar para que los niños puedan ejercer sus derechos, por cada una de las razones que impiden o limitan este ejercicio. A nivel local, la administración provincial de Tambopata es responsable de proteger los derechos de las niñas, niños y jóvenes.

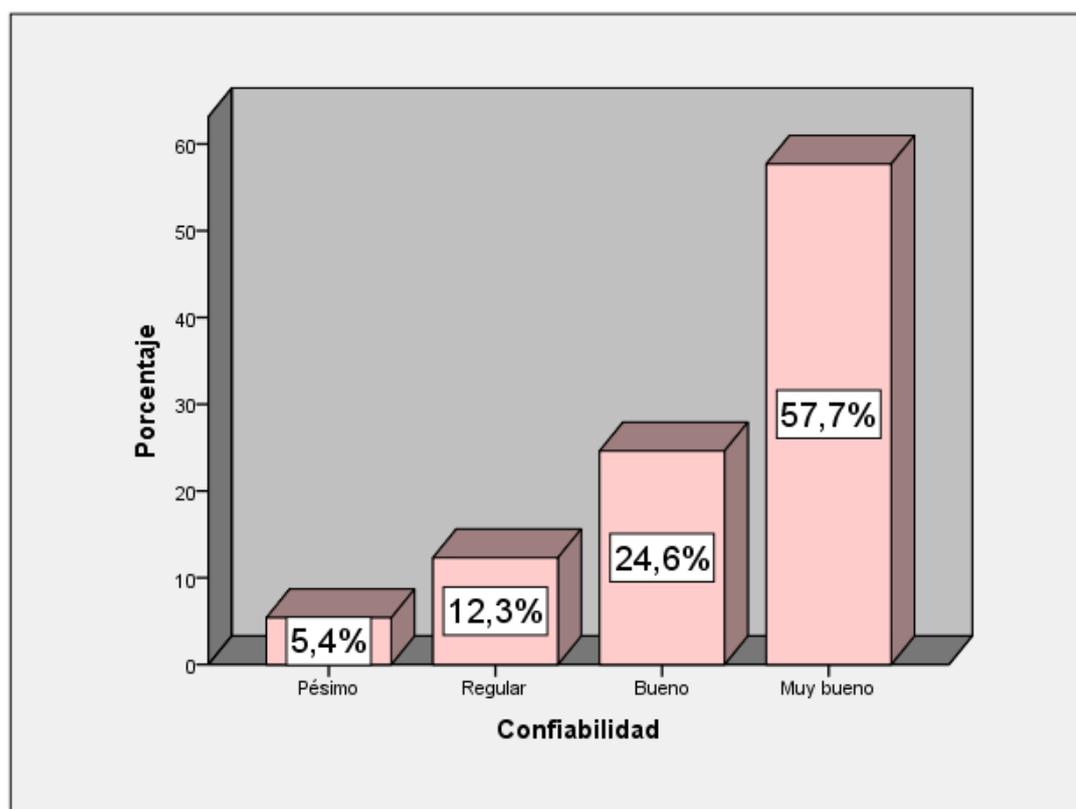
Además, la Defensoría Municipal de la niñez y la adolescencia de la Provincia de Tambopata es un servicio gratuito de atención integral y, en consecuencia, para sus familias. Al mismo tiempo, se asegura de prevenir cualquier situación que pueda afectar a su bienestar físico y psicológico. Su propósito es proteger, promover y respetar los derechos que la ley reconoce a las niñas, niños y jóvenes, y crear las condiciones para un trabajo efectivo a favor de este grupo de personas que tienen derecho a mejorar su calidad de vida.

Tabla 11. Resultados de la dimensión Confiabilidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Pésimo	7	5,4	5,4
	Regular	16	12,3	17,7
Válido	Bueno	32	24,6	42,3
	Muy bueno	75	57,7	100,0
	Total	130	100,0	100,0

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 2. Resultados de la dimensión Confiabilidad.



Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 11 y Gráfico 2, el 57,7% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata manifiestan que la confianza que transmiten los trabajadores de la DEMUNA es muy buena, el 24,6% manifiestan que es buena, el 12,3% manifiestan que es regular y el 5,4% manifiestan que la confianza que transmiten los trabajadores de la DEMUNA es pésima.

Análisis:

La fiabilidad es uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta en cualquier organización, ya que es un elemento crucial para garantizar que el servicio se perciba como de calidad. La fiabilidad es la conveniencia de cumplir las promesas hechas al cliente. Por ello, en la DEMUNA de la municipalidad de Tambopata, debe trabajar para los ciudadanos y ser un indicador de dinamismo y optimización continua de la calidad del servicio.

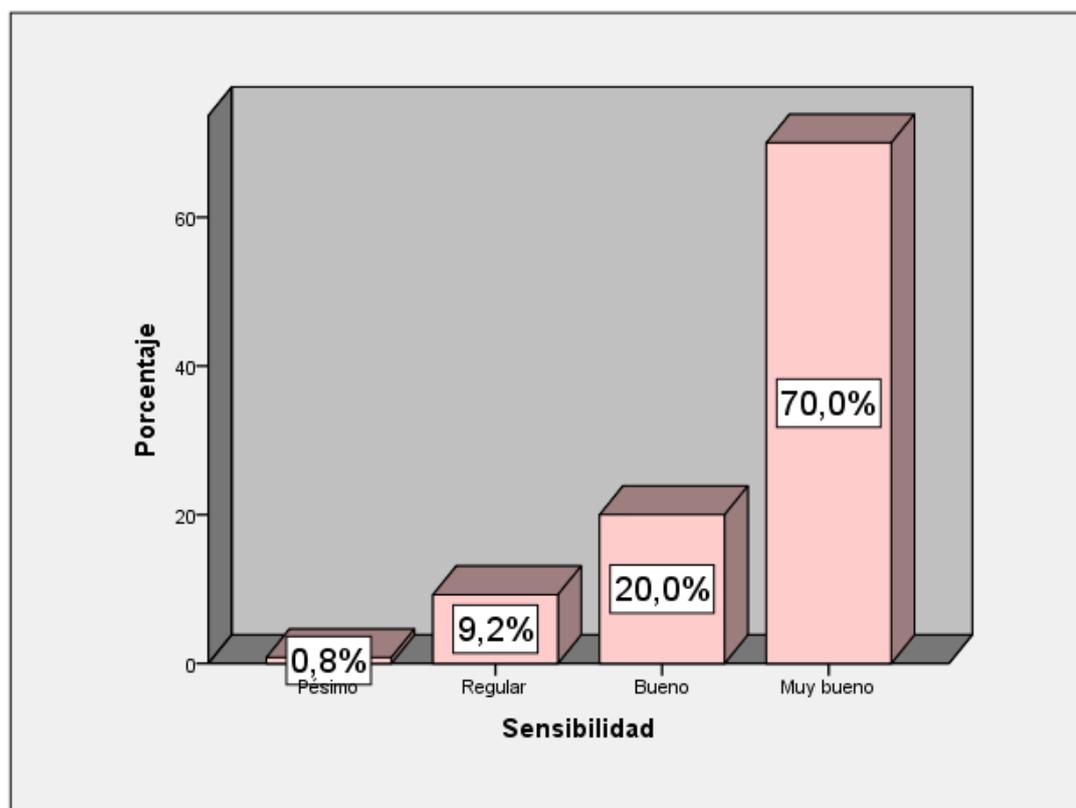
Actualmente la DEMUNA es la mayor red especializada para niños y adolescentes en la región, especialmente en la DEMUNA de la municipalidad de Tambopata, es necesario mejorar la calidad de los servicios ofrecidos para las niñas, niños y adolescentes; pues esto permitirá que más niños y adolescentes ejerzan sus derechos desde temprana edad y desarrollen mejor sus habilidades y potencialidades.

Tabla 12. Resultados de la dimensión Sensibilidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Pésimo	1	,8	,8
	Regular	12	9,2	10,0
	Bueno	26	20,0	30,0
	Muy bueno	91	70,0	100,0
	Total	130	100,0	100,0

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 3. Resultados de la dimensión Sensibilidad.



Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 12 y Gráfico 3, el 70,0% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata manifiestan que la sensibilidad que demuestran los trabajadores de la DEMUNA es muy buena, el 20,0% manifiestan que es buena, el 9,2% manifiestan que es regular y el 0,8% manifiestan que la sensibilidad que demuestran los trabajadores de la DEMUNA es pésima.

Análisis:

Aunque el servicio cuenta con las condiciones básicas (mobiliario e infraestructura del personal) para atender los casos emergentes, hay dos condiciones importantes que aún deben ser reforzadas para garantizar una atención de alta calidad: la disponibilidad de un mediador cualificado que asegure una atención de alta calidad y una cálida acogida; y la disponibilidad

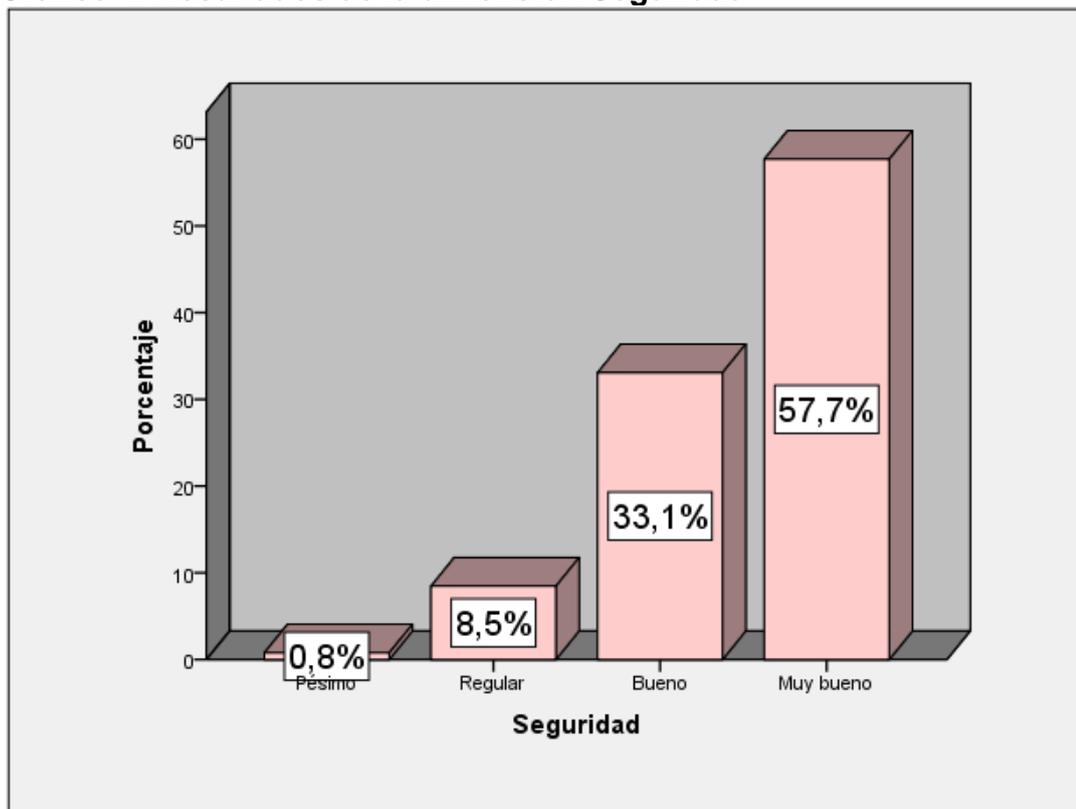
de herramientas de información y comunicación para mantener la información actualizada e interactuar con las autoridades para ayudarles a cumplir sus objetivos.

Ayudar a reforzar los lazos familiares. Para ello, podrá llevar a cabo la mediación entre los cónyuges, los padres y los parientes, establecer normas de conducta, proporcionar alimentos, alojamiento temporal a las familias y asegurarse constantemente de que no haya casos judiciales abiertos sobre estas cuestiones. Además, se ocupará de los casos de alimentos, órdenes de visita, violencia, abuso en la familia, paternidad voluntaria y, en general, de las situaciones que vulneren los derechos de los niños y adolescentes, de forma gratuita y confidencial.

Tabla 13. Resultados de la dimensión Seguridad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pésimo	1	,8	,8	,8
Regular	11	8,5	8,5	9,3
Válido Bueno	43	33,1	33,1	42,4
Muy bueno	75	57,7	57,7	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 4. Resultados de la dimensión Seguridad

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 13 y Gráfico 4, el 57,7% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata manifiestan que la seguridad que muestran los trabajadores de la DEMUNA es muy buena, el 33,1% manifiestan que es buena, el 8,5% manifiestan que es regular y el 0,8% manifiestan que la seguridad que muestran los trabajadores de la DEMUNA es pésima.

Análisis:

A nivel nacional, según la Carta Magna, tanto la sociedad como el Estado están obligados a proteger, entre otros, a los bebés, las niñas y los niños. Además, en el marco de la aplicación de la Convención sobre los Derechos

del Niño, el Estado peruano aprobó el Código del Niño y de la Juventud en 1992, que posteriormente fue sustituido por el actual Código del Niño y de la Juventud aprobado en 2000. Con base en estas normas, el ordenamiento jurídico nacional se complementa con el Sistema Nacional de Atención Integral a la Niñez y la Adolescencia (SNAINA), que desde su creación busca atender los intereses fundamentales de la niñez mediante la realización de actividades económicas, sociales y culturales a favor de los niños y adolescentes.

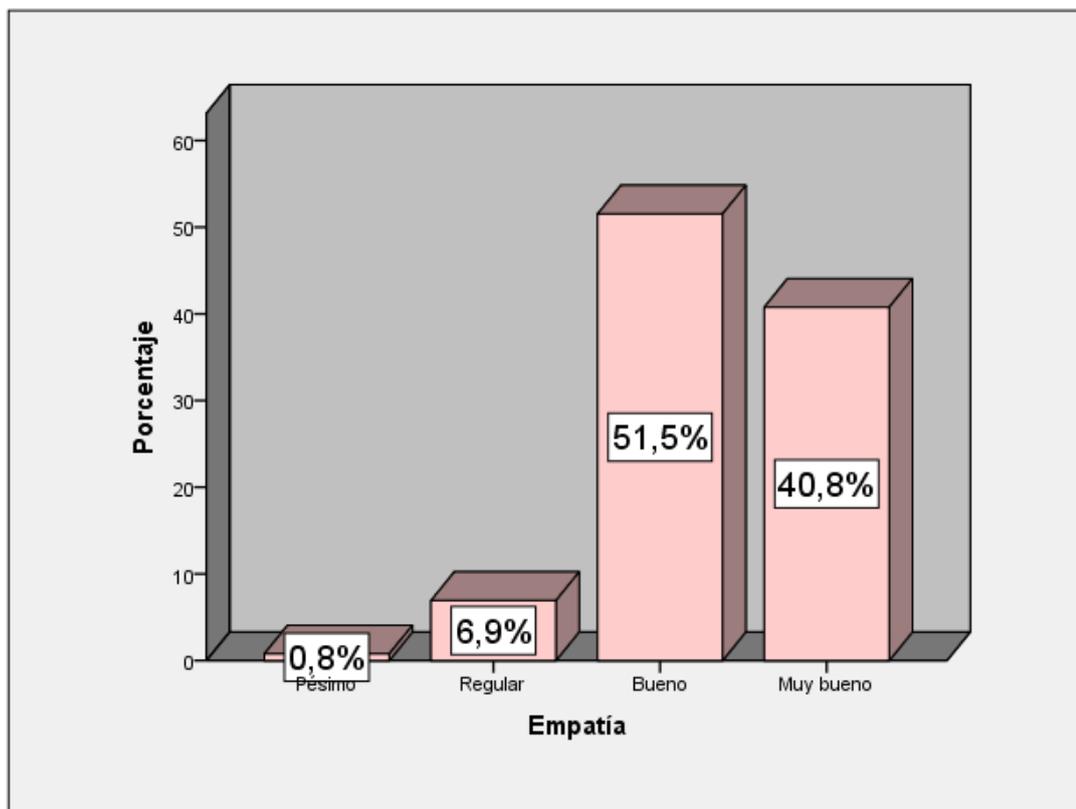
Los gobiernos están obligados a tomar todas las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento de las normas mínimas establecidas por la Convención en estos ámbitos y para ayudar a las familias a proteger los derechos de los niños y crear un entorno en el que puedan crecer y ... Desbloquea su potencial. En algunos casos, esto puede significar la modificación de las normas existentes o la creación de otras nuevas; sin embargo, estos cambios serán coherentes con los mecanismos reguladores uniformes de cada jurisdicción. Además, si una jurisdicción tiene normas más estrictas que las establecidas en el Convenio, deben aplicarse las normas más estrictas.

Tabla 14. Resultados de la dimensión Empatía.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Pésimo	1	,8	,8
	Regular	9	6,9	7,7
Válido	Bueno	67	51,5	59,2
	Muy bueno	53	40,8	100,0
	Total	130	100,0	100,0

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 5. Resultados de la dimensión Empatía.



Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 14 y Gráfico 5, el 51,5% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata manifiestan que la empatía que demuestran los trabajadores de la DEMUNA es buena, el 40,8% manifiestan que es muy buena, el 6,9% manifiestan que es regular y el 0,8% manifiestan que la empatía que demuestran los trabajadores de la DEMUNA es pésima.

Análisis:

El Estado peruano no sólo debe proteger los derechos no violentos, sino también garantizar su ejercicio efectivo. Debido a que los niños y adolescentes se encuentran en una etapa temprana de su desarrollo personal y debido a su dependencia real de sus padres, el Estado, así como la unidad familiar y la sociedad en general, deben garantizar el ejercicio

efectivo de sus derechos, que todos los niños y jóvenes tienen. En esta fase, es importante que los derechos no sean sólo una declaración formal, sino que tengan una vida concreta en la práctica. En otras palabras, la obligación de garantizar significa que el Estado toma medidas inmediatas para asegurar que los niños y los jóvenes tengan acceso a sus derechos cuando los encuentran vulnerables.

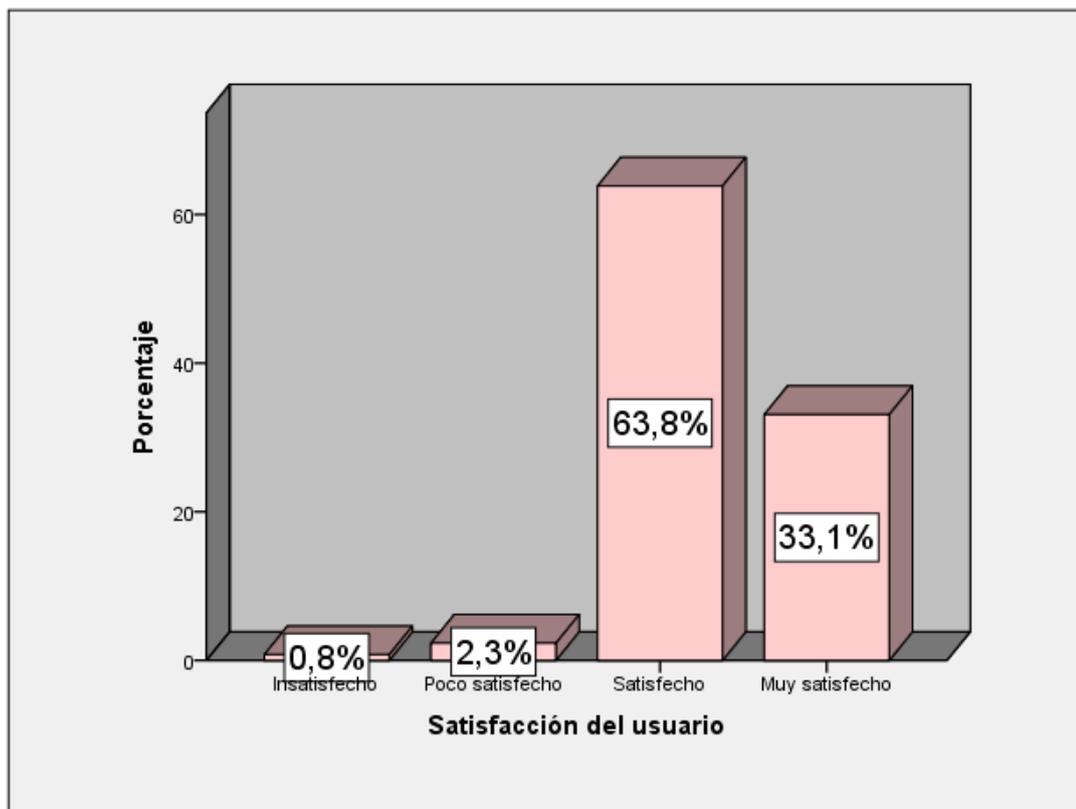
A este respecto, el Comité de los Derechos del Niño recuerda la obligación de los Estados miembros de apoyar adecuadamente a los padres, a los tutores legales y a las familias extensas en el cumplimiento de sus responsabilidades en la crianza de los hijos, en particular para ayudar a los padres a proporcionar condiciones de vida apropiadas para el desarrollo de sus hijos y garantizar un cuidado y una educación adecuados.

Tabla 15. Resultados de la variable Satisfacción del usuario.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	1	,8	,8	,8
Poco satisfecho	3	2,3	2,3	3,1
Válido Satisfecho	83	63,8	63,8	66,9
Muy satisfecho	43	33,1	33,1	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 6. Resultados de la variable Satisfacción del usuario.



Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 15 y Gráfico 6, el 63,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están satisfechos con el servicio, el 33,1% muy satisfechos, el 2,3% poco satisfechos y el 0,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están insatisfechos.

Análisis:

Estas directrices constituyen un conjunto de criterios que deben guiar el comportamiento de todos los recursos del sistema para crear un entorno propicio e integrado que facilite la prestación de servicios de calidad para la promoción, atención y seguimiento de los derechos de los niños y jóvenes.

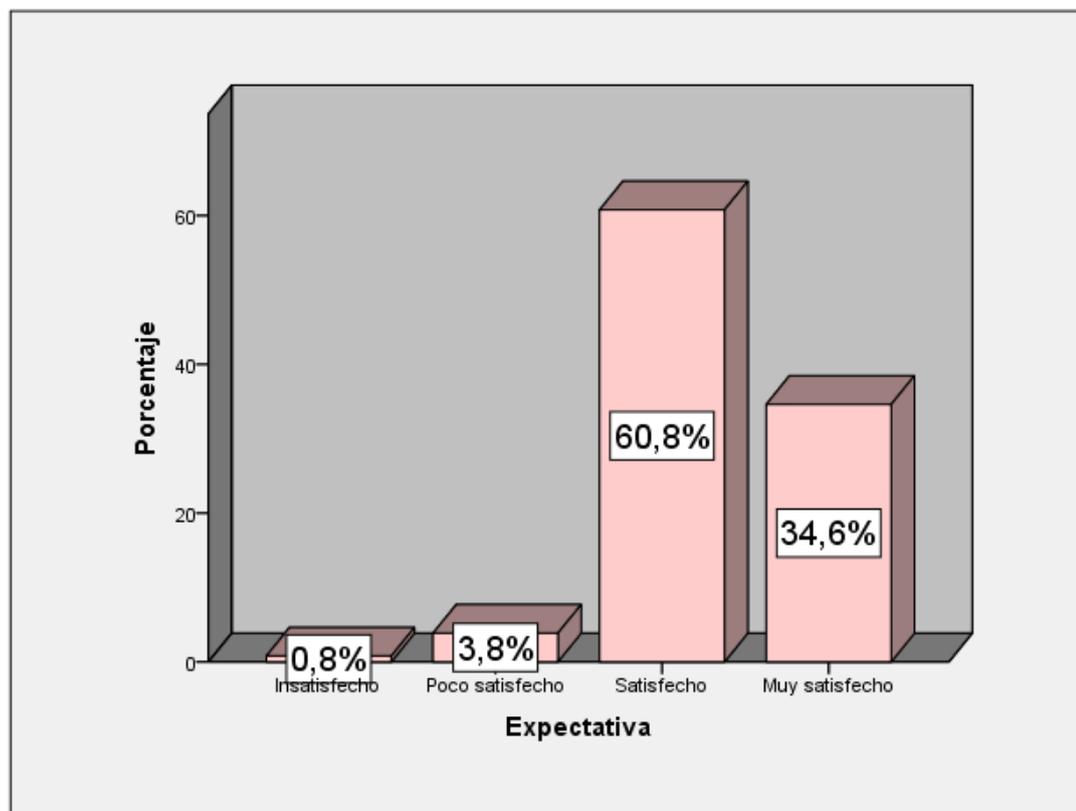
Permite añadir costes al servicio que tiene como finalidad de mantener la satisfacción del usuario, ya que los responsables disponen de los conceptos, criterios, mecanismos, técnicas, métodos y herramientas para prestar el servicio adecuado.

Tabla 16. Resultados de la dimensión Expectativa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	1	,8	,8	,8
Muy satisfecho	45	34,6	34,6	35,4
Válido Poco satisfecho	5	3,8	3,8	39,2
Satisfecho	79	60,8	60,8	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 7. Resultados de la dimensión Expectativa.



Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 16 y Gráfico 7, el 60,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están satisfechos con la expectativa que tenían de la DEMUNA, el 34,6% están muy satisfechos, el 3,8% están poco satisfecho y el 0,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están insatisfechos con la expectativa que tenían de la DEMUNA.

Análisis:

Hoy en día, la satisfacción del cliente es el principal objetivo de las organizaciones públicas y privadas, pero no todas las organizaciones lo consiguen y no todas las instancias de la empresa se ven directamente afectadas por ello.

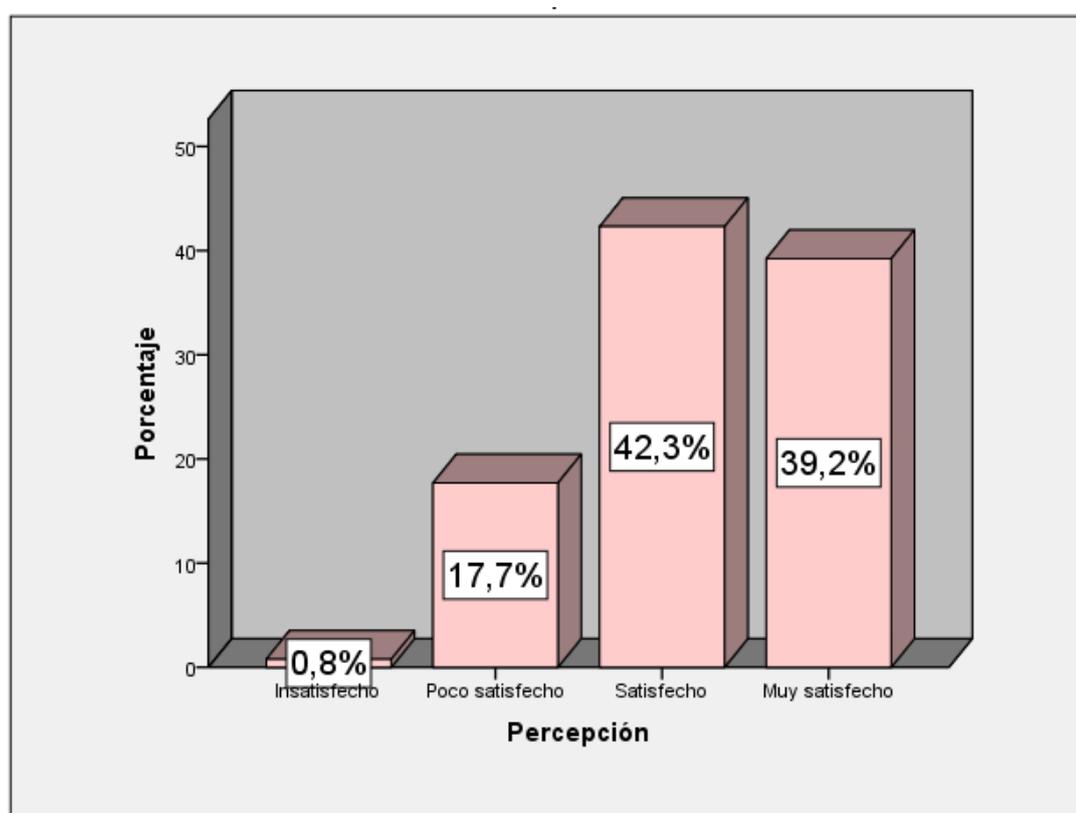
Las expectativas son las expectativas de los usuarios para conseguir algo. Las expectativas de los usuarios están provocadas por una o varias de estas situaciones: las promesas de la organización de beneficiarse del servicio. Opiniones de amigos, familiares, conocidos y directorios críticos.

La DEMUNA debe asegurarse de que las expectativas estén bien definidas. Por ejemplo, si las expectativas son lo suficientemente bajas, no se confiará en los usuarios; si son altas, los usuarios se sentirán decepcionados tras contactar con la organización. Un detalle muy interesante a este respecto es que una disminución de la satisfacción del cliente no siempre significa una disminución de la calidad del servicio; en algunos casos es el resultado de un aumento de las expectativas del cliente.

Tabla 17. Resultados de la dimensión Percepción.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	1	,8	,8	,8
Poco satisfecho	23	17,7	17,7	18,5
Válido Satisfecho	55	42,3	42,3	60,8
Muy satisfecho	51	39,2	39,2	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 8. Resultados de la dimensión Percepción.

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 17 y Gráfico 8, el 42,3% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están satisfechos con la percepción que tienen de la DEMUNA, el 39,2% están muy satisfechos, el 17,7% están poco satisfecho y el 0,8% de los usuarios externos de la

DEMUNA del municipio de Tambopata están insatisfechos con la percepción que tienen de la DEMUNA.

Análisis:

La prestación de servicios de calidad se ha convertido en una parte fundamental de cualquier organización. Para lograr este objetivo, es importante disponer de indicadores que determinen la calidad de los servicios ofrecidos. Las necesidades y expectativas de los consumidores se miden por su percepción del servicio.

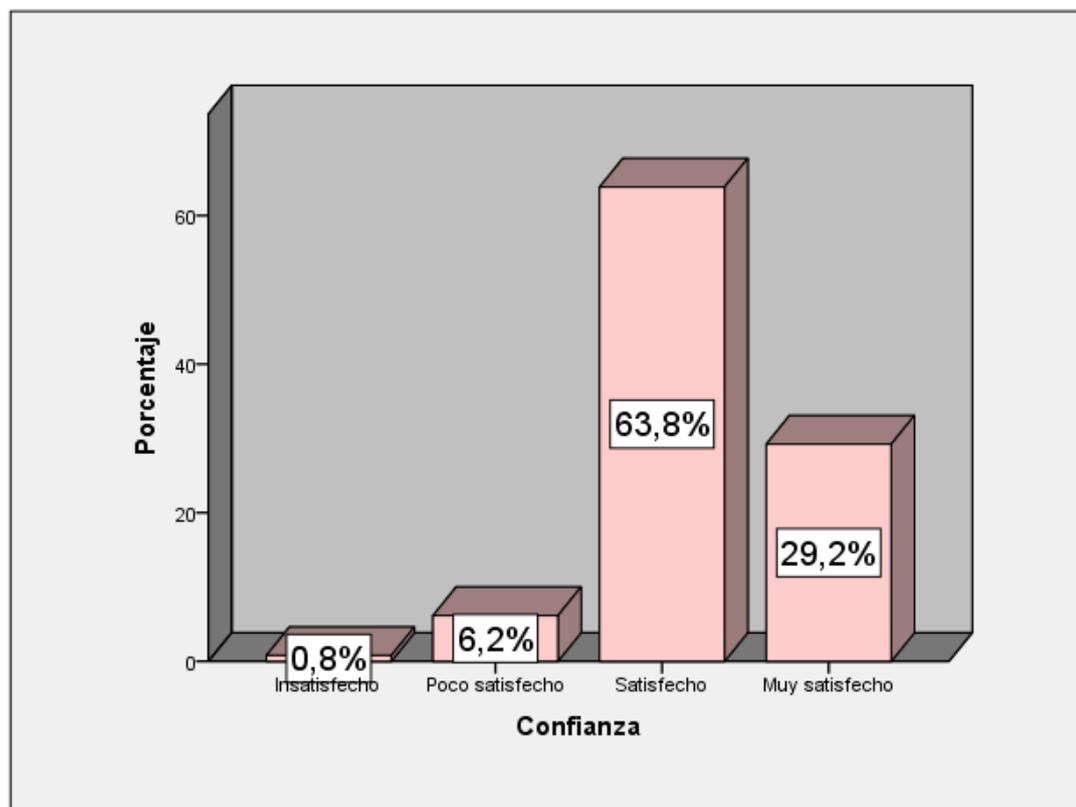
La percepción de la calidad del servicio se basa en las necesidades, expectativas y experiencias de los clientes, por lo que los servicios de la DEMUNA deben ser lo más accesibles posible para sus usuarios. Por ello, la DEMUNA debe ser más receptiva con sus clientes y la prestación de servicios creará expectativas positivas y optimizará sin duda la percepción de la calidad.

La DEMUNA, como organización que defiende los derechos de los niños y jóvenes, debe proporcionar a los usuarios accesibilidad, comunicación, comprensión, rapidez, credibilidad, profesionalidad, estabilidad y fiabilidad.

Tabla 18. Resultados de la dimensión Confianza.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	1	,8	,8	,8
Poco satisfecho	8	6,2	6,2	7,0
Válido Satisfecho	83	63,8	63,8	70,8
Muy satisfecho	38	29,2	29,2	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Gráfico 9. Resultados de la dimensión Confianza.

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 18 y Gráfico 9, el 63,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están satisfechos con la confianza que brinda los trabajadores de la DEMUNA, el 29,2% están muy satisfechos,

el 6,2% están poco satisfecho y el 0,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están insatisfechos con la confianza que brinda los trabajadores de la DEMUNA.

Análisis:

La tranquilidad de los usuarios de la DEMUNA es un aspecto elemental para la prestación de un servicio de calidad, y para ello es necesario que los trabajadores aporten estabilidad y confianza. Esto suele hacerse a través del tiempo, de la experiencia previa o, en la situación de un nuevo cliente, de la imagen de la organización, de las recomendaciones de otros usuarios, incluso destacando la cualificación ideal de los trabajadores.

Si no hay confianza, los usuarios no utilizarán los servicios que ofrece la DEMUNA y la organización no confiará en ellos. Los usuarios están cada vez más informados y son más exigentes, por lo que es necesario generar confianza en el cliente por el servicio prestado.

PRUEBAS DE NORMALIDAD.

Es necesario conocer si la información obtenida de las variables se ajusta a una distribución normal, para lo cual se tomará en cuenta la prueba de KOLMOGOROV – SMIRNOV, con los siguientes criterios:

Sig. > 0,05: Tiene una distribución normal.

Sig. <= 0,05: No tiene una distribución normal.

Tabla 19. Prueba de normalidad.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de atención	,106	130	,001	,968	130	,004
Satisfacción del usuario	,119	130	,000	,950	130	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Analizando la Tabla 19, se observa el resultado de la prueba de Kolmogorov-Smirnov para la muestra de 130 participantes, el resultado de la prueba obtenido es de 0,001 y 0,000; estos valores son inferiores a 0,05, significa que la distribución de los datos de la investigación no asume la distribución normal. Por lo tanto, la prueba de hipótesis se realizará mediante el estadístico Tau B de Kendall.

PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Las pruebas de hipótesis ponen a prueba dos hipótesis poblacionales opuestas: la hipótesis nula y la hipótesis alternativa. La hipótesis nula es una afirmación que se quiere demostrar. Una hipótesis es una afirmación que se quiere demostrar que es verdadera a partir de una prueba realizada con datos de la muestra.

Sin embargo, como la prueba de normalidad obtenida fue inferior a 0,05, se utilizó el coeficiente de correlación B de Kendall Tau porque es exactamente igual al coeficiente de correlación de Pearson calculado a partir de la serie visual. La regresión es una técnica para inferir datos a partir de otros datos y encontrar una respuesta a los que tienen la capacidad de detectar diferentes tipos de regresión.

Tabla 19. Interpretación de Coeficiente de Correlación.

<0.0 – 0.2]	<0.2 – 0.4]	<0.4 – 0.6]	<0.6 – 0.8]	<0.8 – 1.0]
Correlación Mínima	Correlación Baja	Correlación Moderada	Correlación Buena	Correlación Muy buena

Fuente: Cabrera (2009).

Estadístico de prueba:

El estadístico de prueba se realizará a través de Tau B de Kendall cuya ecuación es:

$$\tau = \frac{C_n - NC_n}{C_n + NC_n}$$

PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL:

H₀: p = 0: La calidad de atención no incide de manera positiva en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.

H₁: p ≠ 0: La calidad de atención incide de manera positiva en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.

Nivel de significación: 5% de error permitido en la prueba de hipótesis.

Regla de decisión: Si significación bilateral ≤ 0.05 se refuta la hipótesis nula.

Tabla 20. Correlaciones de las variables Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos.

			Calidad de atención	Satisfacción del usuario
tau_b de	Calidad de atención	Coeficiente de correlación	1,000	,754**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	130	130
Kendall	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,754**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	130	130

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Según la Tabla 20, demuestra una correlación alta, positiva y estadísticamente significativa, entre Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata (Tau B = 0,754, $p = 0,000 < 0.05$); por lo que, se refuta la hipótesis nula y queda confirmada la hipótesis general de la investigación.

Tabla 21. Tabulación cruzada de las variables Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos.

		Calidad de atención				Total	
		Pésimo	Regular	Bueno	Muy bueno		
Satisfacción del usuario	Insatisfecho	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
	Poco satisfecho	Recuento	0	2	1	0	3
		% del total	0,0%	1,5%	0,8%	0,0%	2,3%
	Satisfecho	Recuento	0	4	74	5	83
		% del total	0,0%	3,1%	56,9%	3,8%	63,8%
	Muy satisfecho	Recuento	0	0	8	35	43
		% del total	0,0%	0,0%	6,2%	26,9%	33,1%
	Total	Recuento	1	6	83	40	130
		% del total	0,8%	4,6%	63,8%	30,8%	100,0%

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Observado la Tabla 21, la correlación determinada entre las categorías de análisis de las variables Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata son: Satisfecho y bueno con 56,9% de relación, Muy satisfecho y Muy bueno con 26,9% de relación, Poco satisfecho y Regular con 1,5% de relación e, Insatisfecho y pésimo con 0,8% de relación.

Decisión:

La calidad de atención incide de manera buena y positiva en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019, además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 56,9% de relación.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:

H₀: p = 0: La expectativa de los usuarios externos no es positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

H₁: p ≠ 0: La expectativa de los usuarios externos es positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

Nivel de significación: 5% de error permitido en la prueba de hipótesis.

Regla de decisión: Si significación bilateral ≤ 0.05 se refuta la hipótesis nula.

Tabla 22. Correlaciones entre Calidad de atención y expectativas de los usuarios externos.

		Calidad de atención	Expectativa
tau_b de Kendall	Calidad de atención	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,613**
		N	,000
Expectativa	Expectativa	Coeficiente de correlación	130
		Sig. (bilateral)	,613**
		N	1,000

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

En la Tabla 22, demuestra una correlación alta, positiva y estadísticamente significativa, entre Calidad de atención y expectativas de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata (Tau B = 0,613, $p = 0,000 < 0.05$); por lo tanto, se refuta la hipótesis específica nula y queda comprobada la primera hipótesis específica de la investigación.

Tabla 23. Tabulación cruzada entre Calidad de atención y expectativas de los usuarios externos.

			Calidad de atención				Total
			Pésimo	Regular	Bueno	Muy bueno	
Expectativa	Insatisfecho	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
	Poco satisfecho	Recuento	0	2	3	0	5
		% del total	0,0%	1,5%	2,3%	0,0%	3,8%
	Satisfecho	Recuento	0	4	64	11	79
		% del total	0,0%	3,1%	49,2%	8,5%	60,8%
	Muy satisfecho	Recuento	0	0	16	29	45
		% del total	0,0%	0,0%	12,3%	22,3%	34,6%
Total	Recuento	1	6	83	40	130	
	% del total	0,8%	4,6%	63,8%	30,8%	100,0%	

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Observado la Tabla 23, la correlación determinada entre las categorías de análisis de la variable Calidad de atención y la dimensión expectativa de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata son: Satisfecho y bueno con 49,2% de relación, Muy satisfecho y Muy bueno con 22,3% de relación, Poco satisfecho y Regular con 1,5% de relación e, Insatisfecho y pésimo con 0,8% de relación.

Decisión:

La expectativa de los usuarios externos es buena y positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata, además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 49,2% de relación.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2:

H₀: p = 0: Los usuarios externos no perciben de manera positiva la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

H₁: p ≠ 0: Los usuarios externos perciben de manera positiva la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

Nivel de significación: 5% de error permitido en la prueba de hipótesis.

Regla de decisión: Si significación bilateral ≤ 0.05 se refuta la hipótesis nula.

Tabla 24. Correlaciones entre Calidad de atención y percepción de los usuarios externos.

		Calidad de atención	Percepción
tau_b de Kendall	Coeficiente de correlación	1,000	,547**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	130	130
	Coeficiente de correlación	,547**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	130	130

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Según la Tabla 24, demuestra una correlación moderada, positiva y significativa estadísticamente, entre Calidad de atención y percepción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata (Tau B = 0,547; $p = 0,000 < 0.05$); por lo tanto, se refuta la hipótesis específica nula y queda comprobada la segunda hipótesis específica de la investigación.

Tabla 25. Tabulación cruzada entre Calidad de atención y percepción de los usuarios externos.

			Calidad de atención				Total
			Pésimo	Regular	Bueno	Muy bueno	
Percepción	Insatisfecho	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
	Poco satisfecho	Recuento	0	5	18	0	23
		% del total	0,0%	3,8%	13,8%	0,0%	17,7%
	Satisfecho	Recuento	0	1	46	8	55
		% del total	0,0%	0,8%	35,4%	6,2%	42,3%
	Muy satisfecho	Recuento	0	0	19	32	51
		% del total	0,0%	0,0%	14,6%	24,6%	39,2%
	Total	Recuento	1	6	83	40	130
		% del total	0,8%	4,6%	63,8%	30,8%	100,0%

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Observado la Tabla 25, la correlación determinada entre las categorías de análisis de la variable Calidad de atención y la dimensión percepción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata son: Satisfecho y bueno con 35,4% de relación, Muy satisfecho y Muy bueno con 24,6% de relación, Poco satisfecho y Regular con 3,8% de relación e, Insatisfecho y pésimo con 0,8% de relación.

Decisión:

Los usuarios externos perciben de manera moderada y positiva la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata, además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 35,4% de relación.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3:

H₀: p = 0: La confianza de los usuarios externos no es positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

H₁: p ≠ 0: La confianza de los usuarios externos es positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

Nivel de significación: 5% de error permitido en la prueba de hipótesis.

Regla de decisión: Si significación bilateral ≤ 0.05 se refuta la hipótesis nula.

Tabla 26. Correlaciones entre Calidad de atención y confianza de los usuarios externos.

		Calidad de atención	Confianza
tau_b de Kendall	Coeficiente de correlación	1,000	,525**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	130	130
	Coeficiente de correlación	,525**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	130	130

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Según la Tabla 26, demuestra una correlación moderada, positiva y significativa estadísticamente, entre Calidad de atención y confianza de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata (Tau B = 0,525; p = 0,000 < 0.05); por lo tanto, se refuta la hipótesis específica nula y queda comprobada la tercera hipótesis específica de la investigación.

Tabla 27. Tabulación cruzada entre Calidad de atención y confianza de los usuarios externos.

		Calidad de atención				Total
		Pésimo	Regula r	Bueno	Muy bueno	
Insatisfecho	Recuento	1	0	0	0	1
	% del total	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
Poco satisfecho	Recuento	0	2	6	0	8
	% del total	0,0%	1,5%	4,6%	0,0%	6,2%
Satisfecho	Recuento	0	4	63	16	83
	% del total	0,0%	3,1%	48,5%	12,3%	63,8%
Muy satisfecho	Recuento	0	0	14	24	38
	% del total	0,0%	0,0%	10,8%	18,5%	29,2%
Total	Recuento	1	6	83	40	130
	% del total	0,8%	4,6%	63,8%	30,8%	100,0%

Fuente: Encuesta a usuarios externos de la DEMUNA.

Observado la Tabla 27, la correlación determinada entre las categorías de análisis de la variable Calidad de atención y la dimensión confianza de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata son: Satisfecho y bueno con 48,5% de relación, Muy satisfecho y Muy bueno con 18,5% de relación, Poco satisfecho y Regular con 1,5% de relación e, Insatisfecho y pésimo con 0,8% de relación.

Decisión:

La confianza de los usuarios externos es moderada y positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata, además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 48,5% de relación.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.

El objetivo principal de la investigación fue determinar el nivel de incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata – 2019. Sobre todo, a través del estudio de las dimensiones de la variable Satisfacción del usuario, como son: expectativa, percepción y confianza.

Los resultados encontrados en la investigación nos permiten afirmar que la calidad de atención incide de manera buena y positiva en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019, además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 56,9% de relación.

Analizando la Tabla 10 y Gráfico 1, el 63,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata manifiestan que la calidad de atención buena, el 30,0% manifiestan que la calidad de atención es muy buena, el 4,6% manifiestan que la calidad de atención es regular y el 0,8% manifiestan que la calidad de atención en la DEMUNA es pésima.

Por otro lado, observando la Tabla 15 y Gráfico 6, el 63,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están satisfechos con el servicio, el 33,1% muy satisfechos, el 2,3% poco satisfechos y el 0,8% de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están insatisfechos.

Analizando la Tabla 20, demuestra una correlación alta, positiva y estadísticamente significativa, entre Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata ($Tau B = 0,754$, $p = 0,000 < 0.05$); por lo que, se refuta la hipótesis nula y queda confirmada la hipótesis general de la investigación.

Del mismo modo, estudiando la Tabla 22, demuestra una correlación alta, positiva y estadísticamente significativa, entre Calidad de atención y expectativas de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata (Tau B = 0,613, $p = 0,000 < 0.05$); por lo tanto, se refuta la hipótesis específica nula y queda comprobada la primera hipótesis específica de la investigación.

Además, viendo la Tabla 24, demuestra una correlación moderada, positiva y significativa estadísticamente, entre Calidad de atención y percepción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata (Tau B = 0,547; $p = 0,000 < 0.05$); por lo tanto, se refuta la hipótesis específica nula y queda comprobada la segunda hipótesis específica de la investigación.

Según la Tabla 26, demuestra una correlación moderada, positiva y significativa estadísticamente, entre Calidad de atención y confianza de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata (Tau B = 0,525; $p = 0,000 < 0.05$); por lo tanto, se refuta la hipótesis específica nula y queda comprobada la tercera hipótesis específica de la investigación.

Estos resultados son similares a los de Ingaramo (2015), la tutela representa un desarrollo significativo, no logró encontrar las respuestas adecuadas para restituir los derechos vulnerados de los niños, niñas y adolescentes de la provincia de Santa Fe. de forma integral. En el escenario público, las profesiones específicas para minimizar los efectos de la violencia y la falta de vivienda, que son las causas más comunes de la violencia, han sido y se mantienen a través de la sanción de la Ley Provincial y su Ordenanza (2009-2010). El papel del poder judicial, y en particular de los jueces de familia, refuerza la lógica del cuidado, dado que han conservado el derecho a decidir el destino de los niños y adolescentes desde el inicio (control de legalidad) hasta el resultado del proceso (decisión final), que por su tiempo burocrático marca el tránsito de los sujetos por el sistema de detención.

Asimismo, los resultados son similares a los de Prieto (2014). Los Centros de Protección Integral son un lugar de internamiento para niños y adolescentes donde confluyen diferentes procesos que muestran la complejidad de las dinámicas sociales. Es un lugar que genera diferentes significados y responsabilidades en consenso con el papel que desempeñe, ya sea como participante, profesional, miembro del núcleo familiar o defensor de la familia. En el ámbito de la protección integral convergen políticas, programas y proyectos de atención y protección de niños y adolescentes, pero también convergen en varios casos los tres actores mencionados, dispuestos a actuar para garantizar y restituir derechos tardíamente y responder a las violaciones de derechos de niños y adolescentes demostradas no sólo por el núcleo familiar, sino también por otros actores, incluyendo el Estado.

Según Erazo (2014), el marco legal guatemalteco cuenta con suficientes artefactos nacionales y globales para promover el derecho a la crítica de niños y adolescentes, pero en la práctica judicial las disposiciones contenidas en él. Hay decisiones del Tribunal Constitucional Federal en las que ha constatado que en parte no se valora su crítica; y en otros casos porque no se les escucha adecuadamente debido a las limitaciones de edad y madurez y no se tienen en cuenta los métodos no verbales de comunicación.

Los resultados del estudio también son similares a los de Astudillo (2016), la calidad del servicio percibida por los usuarios externos de la DEMUNA del distrito de Los Olivos difiere de la percibida por los usuarios externos de la DEMUNA de independencia, puesto que, el valor calculado Z está por encima del nivel crítico Z. (P-valor < 0,05)

Estos resultados son similares a los de Maldonado (2017), en cuanto a la información sobre el indicador y la promesa del vendedor, se puede concluir que el 94% de los usuarios estuvieron satisfechos con la información que aceptaron a través del servicio de arbitraje extrajudicial. En cuanto al

indicador de selección de información, se puede concluir que el 90% de los usuarios están satisfechos con el servicio de conciliación extrajudicial. En cuanto al indicador de aceptación de la información, se puede concluir que, equiparando su experiencia de mediación extrajudicial con otras experiencias, el 98% de los usuarios estaban satisfechos.

Según Quiroz y Siccha (2016), la DEMUNA de Trujillo carece de la política pública institucional por la falta de una estrategia de acción local para la niñez y adolescencia, así como por la falta de presupuesto y personal. Asimismo, carece de una cultura organizacional, ya que no existe un reglamento interno de trabajo, ni lineamientos organizacionales y funcionales, ni información visible sobre los servicios ofrecidos. La DEMUNA no cumple con los estándares mínimos de adaptabilidad, accesibilidad, disponibilidad y calidad establecidos por la Defensoría del Poblado.

Para la Defensoría del Pueblo (2013), en interacción con la calidad de los servicios prestados por la DEMUNA de Tambopata, los puntos se referían a la capacitación de inducción del personal, las instituciones a las que se derivan los casos, la confidencialidad de los servicios prestados y los mecanismos de evaluación de la asistencia recibida. En cuanto a la formación y/o inducción del personal de la DEMUNA, en 15 casos (32,6%) no hubo formación funcional previa. La organización que más forma al personal es el IIMP (68,6%), seguida de algunas organizaciones no gubernamentales (36,7%), nuestra DEMUNA (25,8%) y las autoridades locales (19,4%).

Finalmente, el presente estudio muestra que existe una correlación alta, positiva y estadísticamente significativa entre la calidad del servicio y las expectativas de los usuarios externos de la DEMUNA de la municipalidad de Tambopata (Tau B = 0.613, Sig. = 0.000) la relación es alta y significativa estadísticamente.

CONCLUSIONES

Con relación al objetivo general de la investigación se demuestra una correlación alta, positiva y estadísticamente significativa, entre Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata ($Tau B = 0,754$, $p = 0,000 < 0.05$); además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 56,9% de relación. Las directrices son un conjunto de criterios que deben guiar el comportamiento de todos los recursos del sistema para crear un entorno solidario e integrado que permita la prestación de servicios de calidad para la promoción, atención y seguimiento de los derechos de los niños y jóvenes.

Con relación al primer objetivo específico se demuestra una correlación alta, positiva y estadísticamente significativa, entre Calidad de atención y expectativas de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata ($Tau B = 0,613$, $p = 0,000 < 0.05$); además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 49,2% de relación. Las expectativas son las esperanzas de los usuarios de conseguir algo. Las expectativas de los usuarios se forman a partir de una o varias de estas situaciones: las promesas de la organización sobre los beneficios del servicio. Opiniones de familiares, amigos, conocidos y líderes críticos.

Con relación al segundo objetivo específico se demuestra una correlación moderada, positiva y significativa estadísticamente, entre Calidad de atención y percepción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata ($Tau B = 0,547$; $p = 0,000 < 0.05$); además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 35,4% de relación. La percepción de calidad del servicio se basa en las necesidades, expectativas y experiencias del usuario, por ello los servicios de la DEMUNA tienen que estar lo más accesibles que sea posible para los usuarios. Por eso, la DEMUNA debe tener una mejor capacidad de respuesta en la atención al usuario y la prestación de los servicios tienen expectativas positivas y sin duda mejora la percepción de calidad de los mismos.

Con relación al tercer objetivo específico, se demuestra una correlación moderada, positiva y significativa estadísticamente, entre Calidad de atención y confianza de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata ($\tau_B = 0,525$; $p = 0,000 < 0.05$); además las categorías que tiene mayor relación son Satisfecho y Bueno con 48,5% de relación. La tranquilidad de los usuarios de la DEMUNA es un aspecto esencial para la prestación de un servicio de calidad, y para ello es necesario que los trabajadores aporten estabilidad y confianza. Esto suele hacerse a lo largo del tiempo, a través de la experiencia previa o en la situación de un nuevo cliente, a través de la imagen de la organización, las recomendaciones de otros usuarios, incluso haciendo hincapié en las cualificaciones pertinentes del personal.

SUGERENCIAS

La seguridad de los usuarios de DEMUNA es un aspecto fundamental para poder ofrecer servicios de alta calidad y, por lo tanto, se recomienda a los empleados brindar seguridad y confianza de este modo mantener el resultado positivo obtenido. En principio, esto se logra con el tiempo a través de la experiencia previa o, en el caso de un nuevo usuario, a través de la imagen de la instalación a través de las referencias de otros usuarios, lo que también subraya la calificación correcta de los empleados.

El nivel de confiabilidad que los usuarios pueden escuchar y/o expresar a través de DEMUNA está relacionado con el soporte y una solución efectiva a sus problemas. Por lo tanto, se recomienda sensibilizar no solo en conocimiento y profesionalismo de los colaboradores, sino también interés, compromiso y más objetividad de los funcionarios responsables de todos los documentos recibidos, esto con el fin de mantener los resultados obtenidos.

La percepción de la sensibilidad del usuario está directamente vinculada a una solución oportuna y justa que el usuario puede recibir, en particular el beneficiario final. Se recomienda a quienes atienden a los usuarios finales se esfuercen por resolver los problemas de manera rápida y justa. Por lo tanto, es necesario investigar, verificar y analizar los procesos de DEMUNA, ya que no es suficiente tener empleados eficientes y rápidos. Si los procesos son muy lentos y largos, es posible desarrollar y ofrecer el programa y/o planificar la optimización del servicio; porque solo conociendo y midiendo el problema se pueden monitorear, monitorear, controlar y, por lo tanto, mejorar los servicios.

El usuario busca la atención adecuada y la identifica, incluso si un suplente toma su lugar, ya que esto depende del caso en cuestión con la mayor objetividad. Por ello es importante fortalecer la capacidad socioemocional en el personal de la DEMUNA; Asimismo, es necesario desarrollar y fortalecer el respeto, la mutualidad, la autodeterminación, la capacidad de escuchar y

la tolerancia entre todos los empleados que participan en este servicio es, sin duda, un gran desafío para los gerentes de DEMUNA.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaide, J., & Soriano, C. (2006). *Marketing de Servicios Profesionales*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Astudillo, J. J. (2016). *Calidad de servicio según usuarios externos de las Demuna de Los Olivos e Independencia Octubre, 2016*. Obtenido de Universidad César Vallejo: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8805/Astudillo_DJJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabrera, E. (2009). *El coeficiente de correlacion de los rangos de spearman*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2009000200017
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Cordera, A. (1983). *Administración de sistema de salud*. México: Edit. Cordera y Bobenrieht.
- Crece negocio. (22 de julio de 2016). *Concepto de calidad*. Obtenido de Crece negocio : <http://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- Cremanschi, E. (2014). *Calidad de servicio y atención al cliente, métodos y técnicas para ganar y conquistar clientes*. Buenos Aires: Fondo Editorial.
- Defensoría del Pueblo. (octubre de 2013). *¡Fortalezcamos las Demuna!, Defendiendo los derechos de los niños, niñas y adolescentes*. Obtenido de Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables:

https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgna/Lectura_5_Fortalezcamos_las_DEMUNA.pdf

Erazo, E. A. (1 de julio de 2014). *Cumplimiento del derecho de opinión de las niñas, niños y adolescentes declarados en estado de adoptabilidad, dentro del proceso de protección integral*. Obtenido de Universidad Rafael Landívar: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/07/07/Erazo-Edith.pdf>

Evans, J., & Lindsay, W. (2008). *Administración y control de la calidad*. México: CengageLearning Editores, S.A.

Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.

Hernández, J., Chumaceiro, A., & Atencio, E. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 458-472.

Hernández, P. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Documentación de las ciencias de la información*, 349-368.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación científica*. México: Americana Editores, S.A. de C.V.6.

Hoffman, K., & Bateson, J. (2012). *Fundamentos de marketing de servicios*. México: International Thomson Editores S.A.

Ingaramo, M. A. (1 de Noviembre de 2015). *Análisis del proceso de institucionalización y gestión del Sistema de Promoción y Protección Integral de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en la provincia*

de Santa Fe. Período 2009-2015. Obtenido de Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Argentina: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/10161/2/TFLACSO-2016MAI.pdf>

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing.* México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing.* México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing.* México: Pearson.

Lee, I. (1990). Fragmento de la traducción: The fundamentals of good medical care. *Salud Pública de México*, 24-57.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: personas, tecnología y estrategias.* México: Editorial Pearson.

Maldonado, E. (2017). *Conciliación extrajudicial y satisfacción del usuario en la Demuna de la municipalidad distrital de San Antonio, Huarochirí, Lima – 2016.* Obtenido de Universidad César Vallejo: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6553/Maldonado_AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Moraes, H. (1991). Garantía de la Calidad de los Hospitales de América Latina y el Caribe. *MSD/SILOS*, 89-98.

Oakland, J. (2004). *Administración por calidad total.* Mexico: Cecsa.

Prieto, E. A. (1 de junio de 2014). *Estudio sobre los sentidos del enfoque de derechos del programa centros integrales de protección (CIP) como estrategia del distrito para el restablecimiento de derechos de niños niñas y adolescentes en Bogotá D.C.* Obtenido de Universidad de

Chile: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/134424/TESIS%20MAGISTER%20COMUNITARIA%20EDWIN%20ALEXANDER%20PRIETO.pdf?sequence=1>

Quiroz, G., & Siccha, E. R. (2016). *Eficacia de la DEMUNA de Trujillo en la protección de los derechos del niño y adolescentes durante el año 2015*. Obtenido de Universidad Nacional de Trujillo: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5982/QuirozNarvaez_G%20-%20SicchaPerez_E.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sanazaro, P. (1983). Verificación de la calidad en medicina. *Calidad de la Atención de Salud*, 33 - 47.

Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia Internacional*. México: Cecsa.

Soret, I., & Obesso, M. (2013). *La gestión de la calidad*. Madrid: Esic Editorial.

Toso, K. (2006). *Atención al Cliente*. Lima: Editorial Palomino.

Tschohl, J. (2011). *Servicio al cliente: Técnicas, estrategias y una verdadera cultura para genera beneficios*. México: Editorial Mc Graw Hill.

Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio: Conceptos y heramientas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Vildósola, M. (2009). *Gerencia de Marketing*. Lima: San Marcos E.I.R.L.

Zeithami, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios, un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: McGraw Hill Interamericana editores S.A.

Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Marketing de servicios*. México: Editorial Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexos 1: Matriz de consistencia

TÍTULO: Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿De qué manera la calidad de atención incide en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>¿Cómo es la expectativa de los usuarios externos sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata?</p> <p>¿De qué manera los usuarios externos perciben la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata?</p> <p>¿Cómo es la confianza de los usuarios externos sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar el nivel de incidencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Analizar la expectativa de los usuarios externos sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.</p> <p>Establecer cómo los usuarios externos perciben la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.</p> <p>Estudiar la confianza de los usuarios externos sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>la calidad de atención incide de manera positiva en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>La expectativa de los usuarios externos es positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.</p> <p>Los usuarios externos perciben de manera positiva la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.</p> <p>La confianza de los usuarios externos es positiva sobre la calidad de atención de la DEMUNA del municipio de Tambopata.</p>	<p>VARIABLE PREDICTORA:</p> <p>(VE1): Calidad de atención.</p> <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidad. • Sensibilidad. • Seguridad. • Empatía. <p>VARIABLE CRITERIO:</p> <p>(VE2): Satisfacción del usuario.</p> <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expectativa. • Percepción. • Confianza. 	<p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relacional. <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo correlacional. <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> $M = X \leftarrow \text{-----} R \text{-----} \rightarrow Y$ </div> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Básica. <p>POBLACIÓN: 197 Usuarios externos de la DEMUNA.</p> <p>MUESTRA:</p> <p>Selección: Probabilístico aleatorio simple.</p> <p>Tamaño: 130 Usuarios externos de la DEMUNA.</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS.</p> <p>Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario.</p> <p>TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE</p>

				DATOS. Estadística descriptiva e inferencial.
--	--	--	--	---

Matriz de operacionalización de variables

TÍTULO: Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.				
VARIABLE DE ESTUDIO DEFINICIÓN CONCEPTUAL	VARIABLES DE ESTUDIO DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	REACTIVOS
CALIDAD DE ATENCIÓN. Es la diferencia entre las percepciones reales y las expectativas sobre un servicio. De este modo un usuario valorará de manera positiva o negativa dicha atención. (Vargas & Aldana, 2014)	CALIDAD DE ATENCIÓN. La calidad de atención es producto de la confiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía.	✓ Confiabilidad.	✓ Cumplimiento. ✓ Confidencialidad. ✓ Respeto.	1. El personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo el servicio de atención. 2. El tiempo de atención para su consulta fue óptimo. 3. El personal habitualmente presta bien el servicio. 4. Cuando expone su consulta el personal muestra un sincero interés en solucionarlo. 5. El personal cuida la entonación, la expresión y enfoca toda su atención en la consulta.
		✓ Sensibilidad.	✓ Amabilidad. ✓ Cortesía.	6. El personal ofrece información clara y precisa. 7. El personal ofrece una respuesta puntual haciendo entendible los términos técnicos. 8. El personal siempre está dispuesto a ayudarlo. 9. El personal nunca está demasiado ocupado para atenderlo. 10. Los empleados de la DEMUNA son amables y corteses.
		✓ Seguridad.	✓ Información oportuna. ✓ Generación de confianza	11. El comportamiento del personal le inspira confianza. 12. Siente seguridad al momento de realizar sus consultas y trámites. 13. El personal brinda información con claridad y confianza. 14. El personal transmite seguridad y convicción al brindar la respuesta a su consulta. 15. El personal le brindó confianza para expresar su problema.
		✓ Empatía.	✓ Claridad. ✓ Paciencia. ✓ Comprensión.	16. El personal le brinda una atención personalizada. 17. El personal evita hacer consultas a otro colaborador cuando está en plena atención. 18. El personal comprende sus necesidades. 19. El personal le explica con detalle lo que requiere. 20. La DEMUNA se preocupa por los mejores intereses de su problema.

TÍTULO: Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata - 2019.				
VARIABLE DE ESTUDIO DEFINICIÓN CONCEPTUAL	VARIABLES DE ESTUDIO DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	REACTIVOS
SATISFACCIÓN DEL USUARIO. La satisfacción del usuario está basada en las percepciones sobre la calidad de servicio. (Toso, 2006)	SATISFACCIÓN DEL USUARIO. La satisfacción del usuario resulta de comparar los servicios recibidos con la expectativa, percepción y la confianza.	✓ Expectativa.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Información. ✓ Opinión. ✓ Experiencia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurrió a la DEMUNA, por recomendación de otras personas. 2. El servicio de la DEMUNA busca el bienestar de los hijos. 3. El servicio de la DEMUNA, cumplió con sus expectativas. 4. El personal de la DEMUNA se interesa en conocer sus problemas para resolverlo. 5. El personal de la DEMUNA se preocupa por sus necesidades. 6. La DEMUNA cuenta con personal capacitado en materia civil. 7. Recomiendo a otras personas con problemas como el mío para que recurran a la DEMUNA.
		✓ Percepción.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Selección de información. ✓ Organización. ✓ Interpretación de la información. 	<ol style="list-style-type: none"> 8. El servicio de la DEMUNA es rápido y gratuito. 9. Las explicaciones o informaciones dadas por el personal de la DEMUNA son claras y entendibles. 10. El personal es capacitado y conoce sus funciones de la DEMUNA. 11. El conciliador de la DEMUNA mostro interés en sus hijos. 12. El servicio de la DEMUNA ha resuelto su principal problema familiar. 13. En la DEMUNA la atención fue buena.
		✓ Confianza.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Compromiso. ✓ Valoración del servicio. 	<ol style="list-style-type: none"> 14. Tiene confianza en la DEMUNA por sus servicios. 15. La calidad de los servicios prestados es conforme. 16. En la DEMUNA se da el servicio que usted esperaba. 17. El servicio de conciliación fue justo y equitativo a favor de los hijos. 18. La experiencia de conciliar en la DEMUNA le ha dado tranquilidad. 19. Está satisfecho con el servicio de la DEMUNA. 20. Los acuerdos alcanzados en la DEMUNA, fueron justos y equitativos.

Anexos 2: Instrumento

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

CUESTIONARIO PARA USUARIOS					
Nivel estudios:	() Superior () Secundaria () Primaria () Sin estudios	Sexo:	() Varón () Mujer		
Número de hijos:		Edad: (en Años)			
<u>INSTRUCCIONES:</u>					
<p>A continuación, se presenta las preguntas sobre CALIDAD DE ATENCIÓN, a las que se debe responder con la mayor veracidad y espontaneidad posible. En la encuesta no existen respuestas incorrectas o correctas. La encuesta es anónimo e individual. Debe escribir con una (X) en el cuadro proporcionado de acuerdo a las preguntas:</p>					
		1	2	3	4
		Pésimo	Regular	Bueno	Muy bueno
N°	AFIRMACIONES	1	2	3	4
01	El personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo el servicio de atención.				
02	El tiempo de atención para su consulta fue óptimo.				
03	El personal habitualmente presta bien el servicio.				
04	Cuando expone su consulta el personal muestra un sincero interés en solucionarlo.				
05	El personal cuida la entonación, la expresión y enfoca toda su atención en la consulta.				
06	El personal ofrece información clara y precisa.				
07	El personal ofrece una respuesta puntual haciendo entendible los términos técnicos.				
08	El personal siempre está dispuesto a ayudarlo.				

09	El personal de la DEMUNA siempre está dispuesto para atenderlo.				
10	Los empleados de la DEMUNA son amables y corteses.				
11	El comportamiento del personal le inspira confianza.				
12	Siente seguridad al momento de realizar sus consultas y trámites.				
13	El personal brinda información con claridad y confianza.				
14	El personal transmite seguridad y convicción al brindar la respuesta a su consulta.				
15	El personal le brindó confianza para expresar su problema.				
16	El personal le brinda una atención personalizada.				
17	El personal evita hacer consultas a otro colaborador cuando está en plena atención.				
18	El personal comprende sus necesidades.				
19	El personal le explica con detalle lo que requiere.				
20	La DEMUNA se preocupa por los mejores intereses de su problema.				
TOTAL					

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

CUESTIONARIO PARA USUARIOS							
Nivel estudios:	() Superior () Secundaria () Primaria () Sin estudios	Sexo:	() Varón () Mujer				
Número de hijos:		Edad: (en Años)					
<u>INSTRUCCIONES:</u>							
<p>A continuación, se presenta las preguntas sobre SATISFACCIÓN DEL USUARIO, a las que se debe responder con la mayor veracidad y espontaneidad posible. En la encuesta no existen respuestas incorrectas o correctas. La encuesta es anónimo e individual. Debe escribir con una (X) en el cuadro proporcionado de acuerdo a las preguntas:</p>							
		1	2	3	4		
		Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho		
N°	AFIRMACIONES	1	2	3	4		
01	Recurrió a la DEMUNA, por recomendación de otras personas que usaron el servicio.						
02	El servicio de la DEMUNA busca el bienestar de los menores de edad.						
03	El servicio de la DEMUNA, cumplió con sus expectativas.						
04	El personal de la DEMUNA se interesa en conocer sus problemas para resolverlo.						
05	El personal de la DEMUNA se interesa por las necesidades de los menores de edad.						
06	La DEMUNA cuenta con personal capacitado en materia civil.						
07	Recomiendo a otras personas con problemas como el mío para que recurran a la DEMUNA.						
08	El servicio de la DEMUNA es confiable y gratuito.						
09	Las explicaciones o informaciones dadas por el personal de la DEMUNA son claras y entendibles.						

10	El personal es capacitado y conoce sus funciones de la DEMUNA.				
11	El conciliador de la DEMUNA mostro interés en sus hijos.				
12	El servicio de la DEMUNA ha resuelto su principal problema familiar.				
13	En la DEMUNA la atención fue eficiente y precisa.				
14	Tiene confianza en la DEMUNA por sus servicios.				
15	La calidad de los servicios prestados en la DEMUNA es conforme.				
16	En la DEMUNA se da el servicio que usted esperaba.				
17	El servicio de conciliación fue justo y equitativo a favor de los hijos.				
18	La experiencia de conciliar en la DEMUNA le ha dado tranquilidad.				
19	Está satisfecho con el servicio de la DEMUNA.				
20	Los acuerdos alcanzados en la DEMUNA, fueron justos y equitativos.				
TOTAL					

Anexos 3: Solicitud de autorización para la realización del estudio.

Anexos 4: Ficha de validación

VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO: Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la defensoría municipal del niño y el adolescente (DEMUNA) de la Municipalidad Provincial de Tambopata - 2019.

GRADUANDOS:

✓ Bachiller: BARRIOS ROJAS, Ilette Gissell
SANDOVAL GONZALES, Vivianne Karina

EXPERTO: Dr. o Mg. JAI ME ASLEYDO RIOS AGÜERO

INSTRUCCIONES: Determinar si el instrumento, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

N°	INDICADORES	DEFINICIÓN	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	CLARIDAD	Las preguntas están formuladas con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.		X			
2	OBJETIVIDAD	Las preguntas o reactivos están expresadas en conductas observables y medibles.	X				
3	CONSISTENCIA	Existe una organización lógica entre variables, dimensiones e indicadores.		X			
4	COHERENCIA	Existe relación de las preguntas con los indicadores de la variable.	X				
5	PERTINENCIA	Las categorías (escala de medición) de respuestas y sus valores son apropiados.	X				
6	SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de preguntas presentadas en el instrumento.		X			
SUMATORIA PARCIAL.			3	3			
SUMATORIA TOTAL.			6				

Observaciones:

.....

.....

.....

En consecuencia, el instrumento debe ser:

- Corregido
 Aplicado


DNI: 43657057

VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO: Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la defensoría municipal del niño y el adolescente (DEMUNA) de la Municipalidad Provincial de Tambopata - 2019.

GRADUANDOS:

✓ Bachiller: BARRIOS ROJAS, Ibette Gissell
SANDOVAL GONZALES, Vivianne Karina

EXPERTO: Dr. o Mg. Ngeliton Raúl Ruiz Nunura.

INSTRUCCIONES: Determinar si el instrumento, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

N°	INDICADORES	DEFINICIÓN	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	CLARIDAD	Las preguntas están formuladas con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.		X			
2	OBJETIVIDAD	Las preguntas o reactivos están expresadas en conductas observables y medibles.		X			
3	CONSISTENCIA	Existe una organización lógica entre variables, dimensiones e indicadores.		X			
4	COHERENCIA	Existe relación de las preguntas con los indicadores de la variable.		X			
5	PERTINENCIA	Las categorías (escala de medición) de respuestas y sus valores son apropiados.	X				
6	SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de preguntas presentadas en el instrumento.	X				
SUMATORIA PARCIAL.			2	4			
SUMATORIA TOTAL.			6				

Observaciones:

.....

.....

En consecuencia, el instrumento debe ser:

- Corregido
 Aplicado


DNI: 01911254

VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO: Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la defensoría municipal del niño y el adolescente (DEMUNA) de la Municipalidad Provincial de Tambopata - 2019.

GRADUANDOS:

✓ **Bachiller:** BARRIOS ROJAS, Ibette Gissell
SANDOVAL GONZALES, Vivianne Karina

EXPERTO: Dr. o Mg. M.Sc. Jorge E. Pérez Grately

INSTRUCCIONES: Determinar si el instrumento, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

N°	INDICADORES	DEFINICIÓN	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	CLARIDAD	Las preguntas están formuladas con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.	X				
2	OBJETIVIDAD	Las preguntas o reactivos están expresadas en conductas observables y medibles.		X			
3	CONSISTENCIA	Existe una organización lógica entre variables, dimensiones e indicadores.	X				
4	COHERENCIA	Existe relación de las preguntas con los indicadores de la variable.	X				
5	PERTINENCIA	Las categorías (escala de medición) de respuestas y sus valores son apropiados.		X			
6	SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de preguntas presentadas en el instrumento.	X				
SUMATORIA PARCIAL			4	2			
SUMATORIA TOTAL			6				

Observaciones:

.....

En consecuencia, el instrumento debe ser:

- Corregido
- Aplicado


 UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN
 ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE
 ESCUELA DE POSGRADO
 M.Sc. Jorge Pérez Grately
 M.C.E. 0157 - 2014

DNI: 09949706

Anexos 5: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La participación en esta investigación titulada: “**Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la Defensoría Municipal del Niño y del Adolescente (DEMUNA) de la Municipalidad Provincial de Tambopata - 2019**”, es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Si alguna de las preguntas durante la encuesta le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya, agradezco su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **BARRIOS ROJAS, Ilette Gissell y SANDOVAL GONZALES, Vivianne Karina**. He sido informado (a) de cuál es el objetivo del estudio.



Iniciales de los nombres

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La participación en esta investigación titulada: “**Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la Defensoría Municipal del Niño y del Adolescente (DEMUNA) de la Municipalidad Provincial de Tambopata - 2019**”, es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Si alguna de las preguntas durante la encuesta le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya, agradezco su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **BARRIOS ROJAS, Ilette Gissell y SANDOVAL GONZALES, Vivianne Karina**. He sido informado (a) de cuál es el objetivo del estudio.


Iniciales de los nombres

