

# UNIVERSIDAD DE HUANUCO

## ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS, CON MENCIÓN EN GESTIÓN PÚBLICA



## TESIS

---

**“Calidad de servicio y su influencia en la imagen institucional de  
la Municipalidad Distrital de Amarilis- Huánuco, 2022”**

---

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS, CON MENCIÓN EN GESTIÓN PÚBLICA

AUTOR: Ruiz Carnero, Eloyar

ASESORA: Huerto Orizano, Diana

HUÁNUCO – PERÚ

2023

# U

### TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis ( X )
- Trabajo de Suficiencia Profesional ( )
- Trabajo de Investigación ( )
- Trabajo Académico ( )

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Gestión Administrativa  
**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)**

### CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

**Área:** Ciencias sociales

**Sub área:** Ciencias políticas

**Disciplina:** Administración pública

### DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Maestro en ciencias administrativas, con mención en gestión pública

Código del Programa: P32

Tipo de Financiamiento:

- Propio ( X )
- UDH ( )
- Fondos Concursables ( )

# D

### DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 70346246

### DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 40530605

Grado/Título: Maestra en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos

Código ORCID: 0000-0003-1634-6674

# H

### DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	López Sánchez, Jorge Luis	Doctor en gestión empresarial	06180806	0000-0002-0520-8586
2	Martel Carranza, Christian Paolo	Doctor en administración de la educación	41905365	0000-0001-9272-3553
3	Anibal Rivero, Rafael Antonio	Doctor en gestión empresarial	41693326	0000-0003-1423-2737



**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**

**Escuela de Post Grado**

Facultad de Ciencias Empresariales

**ACTA DE SUSTENTACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE  
MAESTRO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las 11:30 horas, a los 31 días del mes de marzo del año dos mil veintitrés, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales, "San Juan Pablo II" (Aula 202-P5), se reunió el jurado calificador, integrados por los docentes: Dr. Jorge Luis LÓPEZ SÁNCHEZ (Presidente), el Dr. Christian Paolo MARTEL CARRANZA (Secretario) y el Dr. Rafael Antonio ANIBAL RIVERO (Vocal); nombrados mediante Resolución N°572-2022-D-EPG-UDH, de fecha 29 de noviembre de abril del año dos mil veintidós y el aspirante al Grado Académico de Maestro, RUIZ CARNERO, Eloyar

Luego de la instalación y verificación de los documentos correspondientes, el Presidente del jurado invitó al graduando a proceder a la exposición y defensa de su tesis titulada: "**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE AMARILIS – HUÁNUCO, 2022**", para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias Administrativas, mención: Gestión Pública.

Concluida la exposición, se procedió a la evaluación correspondiente, luego el Presidente del Jurado comunicó el resultado, habiendo obtenido la nota de 16 (Deciseis), con la calificación de Bueno; al mismo tiempo recomendó a la Escuela de Posgrado, se le otorgue el grado académico de Maestro en Ciencias Administrativas, con mención en Gestión Pública del graduando RUIZ CARNERO, Eloyar.

Se suscribe la presente Acta en tres originales. Siendo las 12:50 horas del mismo día, se da por concluido el acto académico de sustentación.

**PRESIDENTE**

Dr. Jorge Luis LÓPEZ SÁNCHEZ  
DNI:06180806

Código Orcid: 0000-0002-0520-8586

**SECRETARIO**

Dr. Christian Paolo MARTEL CARRANZA  
DNI: 41905365

Código Orcid: 0000-0001-9272-3553

**VOCAL**

Dr. Rafael Antonio ANIBAL RIVERO  
DNI: 41693326

Código Orcid: 0000-0003-1423-2737

DIRECTIVA N° 006- 2020- VRI-UDH PARA EL USO DEL SOFTWARE TURNITIN DE LA UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO Resolución N° 018-2020-VRI-UDH 03JUL20 y modificatoria R. N° 046-2020-VRI-UDH, 19OCT20

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Yo, Mtra. Diana Huerto Orizano, asesor(a) del **P.A. Maestría en Ciencias Administrativas con Mención en Gestión Pública** y designado(a) mediante documento: Resolución N° 166-2021-D-EPG-UDH del estudiante(s) **RUIZ CARNERO, Eloyar**, del proyecto de investigación titulada: **“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE AMARILIS- HUANUCO, 2022”**.

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del **14%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco 31 de octubre de 2023



---

HUERTO ORIZANO, DIANA  
DNI N° 40530605  
Código Orcid N° 0000-0003-1634-6674

## revision

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>14%</b>	<b>14%</b>	<b>2%</b>	<b>7%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.unheval.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>www.slideshare.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.uladech.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repositorio.uncp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>repositorio.une.edu.pe</b> Fuente de Internet	



HUERTO ORIZANO, DIANA  
DNI N° 40530605  
Código Orcid N° 0000-0003-1634-6674

## **DEDICATORIA**

Agradezco a Dios y a mi familia por su apoyo incondicional en el logro de mis metas profesionales.

En especial a mi esposa e hijo, por ser mi motor y motivo

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad de Huánuco, mi alma máter, la cual me ha brindado una enseñanza de gran nivel académico en la Facultad de Ciencias Administrativas.

A mi asesora Mg. Diana Huerto Orizano por haberme orientado de manera acertada durante el desarrollo del presente estudio de investigación.

Finalmente, nos gustaría agradecer al personal de la Municipalidad Distrital de Amarilis, por su tiempo y acceso a la información necesaria para contribuir al desarrollo de este estudio.

# ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
ÍNDICE .....	IV
ÍNDICE DE TABLAS .....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS .....	IX
RESUMEN .....	XI
ABSTRACT .....	XII
INTRODUCCIÓN .....	XIII
CAPÍTULO I .....	15
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	15
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	16
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS .....	16
1.3. OBJETIVOS.....	16
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	16
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:.....	17
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	17
1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....	17
1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	17
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	18
1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	18
1.6.1. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HUMANOS .....	18
1.6.2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS MATERIALES.....	18
1.6.3. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS ECONÓMICOS.....	18
CAPÍTULO II .....	19
MARCO TEÓRICO.....	19
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	19
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES .....	22
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES .....	24



2.2.	BASES TEÓRICAS.....	26
2.2.1.	CALIDAD DE SERVICIO.....	26
2.2.2.	IMAGEN INSTITUCIONAL.....	33
2.3.	DEFINICIÓN CONCEPTUALES.....	39
2.4.	HIPÓTESIS.....	41
2.4.1.	HIPÓTESIS GENERAL.....	41
2.4.2.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	41
2.5.	VARIABLES.....	41
2.5.1.	VARIABLE DEPENDIENTE.....	41
2.5.2.	VARIABLE INDEPENDIENTE.....	41
2.6.	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	42
CAPÍTULO III.....		43
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		43
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.1.1.	ENFOQUE.....	43
3.1.2.	ALCANCE O NIVEL.....	43
3.1.3.	DISEÑO.....	43
3.2.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	44
3.2.1.	POBLACIÓN.....	44
3.2.2.	MUESTRA.....	45
3.3.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:..	45
3.3.1.	TÉCNICA.....	45
3.3.2.	INSTRUMENTO.....	45
3.4.	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA	46
	INFORMACIÓN.....	46
3.4.1.	GRÁFICOS DE COLUMNAS Y BARRAS.....	46
3.4.2.	SISTEMA COMPUTARIZADO.....	46
CAPÍTULO IV.....		47
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		47
4.1.	ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	47
4.2.	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	65
4.2.1.	CONTRASTACIÓN CON LA HIPÓTESIS GENERAL.....	65

4.2.2. CONTRASTACIÓN CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 1 ...	66
4.2.3. CONTRASTACIÓN CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 2 ...	67
4.2.4. CONTRASTACIÓN CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 3 ...	68
CAPÍTULO V .....	69
DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	69
5.1. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....	69
5.1.1. CON LA HIPÓTESIS GENERAL .....	69
5.1.2. CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 1 .....	70
5.1.3. CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 2 .....	70
5.1.4. CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 3 .....	72
CONCLUSIONES.....	74
RECOMENDACIONES .....	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	77
ANEXOS .....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	42
Tabla 2 Población .....	45
Tabla 3 ¿Considera que fue atendido con un actitud cordial y respetuosa por parte de los trabajadores de la Municipalidad? .....	47
Tabla 4 ¿Cree usted los trabajadores de la Municipalidad tienen un comportamiento correcto hacia los usuarios? .....	48
Tabla 5 ¿Considera como una experiencia positiva la visita a las instalaciones de la Municipalidad distrital de Amarilis? .....	49
Tabla 6 ¿Considera que el tiempo de atención es el adecuado?.....	50
Tabla 7 ¿La percepción de recursos materiales que posee la Municipalidad distrital es la más apropiada?.....	51
Tabla 8 ¿El servicio brindado por los trabajadores de la Municipalidad de Amarilis son de valía para los usuarios? .....	52
Tabla 9 ¿Las condiciones ambientales que posee la Municipalidad distrital de Amarilis son apropiadas para la recepción ellos usuarios visitantes a la Municipalidad distrital? .....	53
Tabla 10 ¿El diseño de las instalaciones de la Municipalidad de Amarilis es de su agrado y cuentas con las señalizaciones correspondientes? .....	54
Tabla 11 ¿La Municipalidad de Amarilis cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario?.....	55
Tabla 12 ¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios? .....	56
Tabla 13 ¿Se siente identificado con el escudo de la Municipalidad distrital de Amarilis? .....	57
Tabla 14 ¿Se siente identificado con el eslogan que promueve la Municipalidad distrital de Amarilis? .....	58
Tabla 15 ¿Ha visitado la página web de la Municipalidad por lo menos una vez?.....	59
Tabla 16 ¿Considera que la página web de la Municipalidad de Amarilis es una herramienta importante para realizar consultas? .....	60
Tabla 17 ¿Al ingresar a la institución reconoce fácilmente a los trabajadores o los identifica por algún tipo de distintivo? .....	61

Tabla 18 ¿Percibe usted en los trabajadores un buen trato entre ellos respetando sus valores y códigos de ética?.....	62
Tabla 19 ¿Conoce o a oído hablar de la historia de la Municipalidad de Amarilis? .....	63
Tabla 20 ¿Cómo usuario confía en el personal que labora dentro de la Municipalidad distrital de Amarilis? .....	64
Tabla 21 Contrastación con la hipótesis general.....	65
Tabla 22 Contrastación con la hipótesis específica N°. 1.....	66
Tabla 23 Contrastación con la hipótesis específica N°. 2.....	67
Tabla 24 Contrastación con la hipótesis específica N°. 3.....	68

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dimensiones de Calidad de Servicio.....	29
Figura 2 Diseño.....	44
Figura 3 ¿Considera que fue atendido con un actitud cordial y respetuosa por parte de los trabajadores de la Municipalidad? .....	47
Figura 4 ¿Cree usted los trabajadores de la Municipalidad tienen un comportamiento correcto hacia los usuarios? .....	48
Figura 5 ¿Considera como una experiencia positiva la visita a las instalaciones de la Municipalidad distrital de Amarilis? .....	49
Figura 6 ¿Considera que el tiempo de atención es el adecuado? .....	50
Figura 7 ¿La percepción de recursos materiales que posee la Municipalidad distrital es la más apropiada?.....	51
Figura 8 ¿El servicio brindado por los trabajadores de la Municipalidad de Amarilis son de valía para los usuarios? .....	52
Figura 9 ¿Las condiciones ambientales que posee la Municipalidad distrital de Amarilis son apropiadas para la recepción ellos usuarios visitantes a la Municipalidad distrital? .....	53
Figura 10 ¿El diseño de las instalaciones de la Municipalidad de Amarilis es de su agrado y cuentas con las señalizaciones correspondientes? .....	54
Figura 11 ¿La Municipalidad de Amarilis cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario?.....	55
Figura 12 ¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios? .....	56
Figura 13 ¿Se siente identificado con el escudo de la Municipalidad distrital de Amarilis? .....	57
Figura 14 ¿Se siente identificado con el eslogan que promueve la Municipalidad distrital de Amarilis? .....	58
Figura 15 ¿Ha visitado la página web de la Municipalidad por lo menos una vez?.....	59
Figura 16 ¿Considera que la página web de la Municipalidad de Amarilis es una herramienta importante para realizar consultas? .....	60
Figura 17 ¿Al ingresar a la institución reconoce fácilmente a los trabajadores o los identifica por algún tipo de distintivo? .....	61

Figura 18 ¿Percibe usted en los trabajadores un buen trato entre ellos respetando sus valores y códigos de ética?.....	62
Figura 19 ¿Conoce o a oído hablar de la historia de la Municipalidad de Amarilis? .....	63
Figura 20 ¿Cómo usuario confía en el personal que labora dentro de la Municipalidad distrital de Amarilis? .....	64

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Calidad de Servicio y su influencia en la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis-Huánuco, 2022”, tiene como base y fundamento el problema: ¿Cómo influye la calidad del servicio en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022?, y por tal motivo y conociendo la problemática, se tomó por objetivo determinar cómo influye la calidad del servicio en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022. Incluye variables para probar y recopilar si la encuesta es buena o mala, el método de investigación adopta la investigación cuantitativa, en este informe, la calidad del servicio es la variable dependiente y la imagen de la institución es la variable independiente. La población estuvo conformada por 111 usuarios seleccionados para este estudio, la técnica utilizada en este estudio es la encuesta, y como herramienta se utiliza un cuestionario. Se concluyó que la calidad de servicio influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis, esta influencia se da de manera alta de acuerdo a la correlación de Pearson (0,842), de manera en que las interacciones, el entorno y el resultado son relevantes al momento en que el usuario percibe cómo es que estos factores inciden en su experiencia evidenciando una mayor confianza de parte de dicha Institución.

**Palabras claves:** atención al cliente, calidad del servicio, imagen institucional, municipalidad, influencia.

## ABSTRACT

The present research work entitled "Quality of Service and its influence on the Institutional Image of the District Municipality of Amarilis-Huánuco, 2022", is based and founded on the problem: How does the quality of the service influence the institutional image of the District Municipality of Amarilis - Huánuco, 2022?, and for this reason and knowing the problem, the objective was to determine how the quality of the service influences the institutional image of the District Municipality of Amarilis - Huánuco, 2022. It includes variables to test and collect whether the survey is good or bad, the research method adopts quantitative research, in this report, the quality of the service is the dependent variable and the image of the institution is the independent variable. The population consisted of 111 users selected for this study, the technique used in this study is the survey, and a questionnaire is used as a tool. It was concluded that the quality of service significantly influences the institutional image of the District Municipality of Amarilis, this influence is given in a high way according to the Pearson correlation (0.842), so that the interactions, the environment and the result They are relevant at the moment in which the user perceives how these factors affect their experience, evidencing greater trust on the part of said Institution.

**Keywords:** customer service, quality of service, institutional image, municipality, influence.



## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “Calidad de Servicio y su influencia en la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis-Huánuco, 2022”; se centra en la atención al usuario que es brindada por la Municipalidad Distrital de Amarilis, y; el impacto que éste tiene en los clientes y su imagen institucional. Es determinante que toda institución, organización y/o asociación le preste relevancia y debida importancia a su imagen, ya que esta forma parte de su credibilidad, servicio y reputación; también es necesario determinar la percepción de los servicios y el nivel de satisfacción del consumidor.

La calidad de servicio que brinda una Institución, independientemente de ser privada o pública, es un tema muy importante y de gran relevancia, puesto que, es primordial dentro de su imagen Institucional, y, al mismo tiempo, el nivel de satisfacción de sus usuarios; es por esta razón que los gerentes de las empresas están siempre, muy pendiente de mantener una imagen institucional adecuada, desde sus instalaciones: limpias, ordenadas y modernas, hasta el servicio que brindan sus trabajadores, puesto que, una buena atención al cliente se resume en un cliente satisfecho y un cliente satisfecho significa mejor y mayores ventas. Ahora, dentro de las Instituciones públicas es muy común ver que las personas a cargo de la atención al cliente, en ocasiones, no brindan una muy buena calidad de servicio, con mala y/o poca información, de mala gana, etc., de manera que, el usuario muy pocas veces se siente atraído a acudir a una Institución pública, más que simplemente por deber y/o necesidad. El desempeño del personal es un rol muy importante dentro de este estudio, ya que, si la institución cuenta con personal que se desempeñe de manera correcta y proporcionar un servicio al cliente eficaz para garantizar la satisfacción del cliente; por lo tanto, se debe estudiar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el comportamiento de los empleados al comunicarse con los usuarios y brindar la información necesaria es muy importante para la buena calidad del servicio. Esto se traduce en el objetivo principal de este estudio: Determinar cómo influye la calidad del servicio en

la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

Este trabajo cuenta con cuatro capítulos:

El primer capítulo analiza el problema con una descripción del problema de investigación que identifica las variables, las justificaciones teóricas, prácticas y metodológicas, sus implicaciones y factibilidad, y la formulación general del problema. ¿Cómo afecta la calidad del servicio a la imagen de una organización? Amarilis – Municipio Huánuco, 2022. Así como metas relacionadas y temas específicos.

El segundo capítulo analiza los marcos teóricos utilizando contextos internacionales, nacionales y regionales para desarrollar teorías sobre las variables de investigación como una introducción a los objetivos de la investigación y para apoyar el flujo de ideas de investigación. También analiza los antecedentes. Un papel importante que sustenta esta investigación es también una definición conceptual que proporciona una definición simple de las palabras clave de esta investigación.

En el tercer capítulo, Se describen la metodología de estudio, tipos, enfoques, niveles, diseño, poblaciones, muestras, técnicas y métodos de proceso de resultados.

Y en el último capítulo se encontraron los resultados del análisis de las comunidades seleccionadas para esta investigación y se presentaron los resultados de las hipótesis de investigación.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

A lo largo del tiempo, los poderes públicos han modernizado sus diversas funciones administrativas y las han adaptado a los diversos factores que conocemos hoy. Sin embargo, se debe considerar el trato a los usuarios o ciudadanos para que las empresas puedan mejorar o mantener una buena imagen corporativa, es decir, mejorar lentamente los factores básicos e importantes, cuál es la situación de acuerdo a las necesidades de la población es diferente. Puede brindar servicios de calidad por sí solo través de servidores públicos y tiene una imagen más influyente como institución entre los residentes (Shafritz y Hyde, 1999).

En el contexto nacional, el gobierno local opera a través de una serie de tareas que cumple con sus funciones, responde eficazmente a las necesidades de sus ciudadanos, apoya el desarrollo de la organización, es transparente, Asegurar el uso correcto de los recursos financieros en la prestación de los servicios y realizar todas las tareas de acuerdo con los controles documentados (Hernández, 2012).

Como sabemos, es la población con sus percepciones la que determina el comportamiento de las instituciones públicas en interés del entorno social. En el Perú las instituciones públicas tienen una mala imagen del medio ambiente, de la sociedad; como la mayoría, el interior y el exterior son lentos y aburridos, con una burocracia excesiva y actitudes descontentas del personal durante todo el proceso (Celestino y Huamán, 2018).

Los gobiernos locales a menudo se ven afectados por deficiencias regulatorias como resultado de los servicios que los funcionarios y empleados brindan a los usuarios. El Municipio del Distrito de Amarilis es una agencia del gobierno local que gestiona y promueve el desarrollo urbano y rural sostenible y proporciona servicios públicos, sociales y de apoyo; iniciar y coordinar programas de participación social y de organismos públicos y

privados, desarrollo y financiación de inversiones para estimular las economías locales; por lo tanto, este estudio intentó determinar el grado de asociación entre estas dos variables. Lo que importa es la calidad de la atención que reciben los consumidores cuando buscan asesoramiento y tratamiento en un centro de Amarilis, la inacción de los funcionarios gubernamentales puede generar una mala experiencia para el cliente y dañar la imagen de marca de una empresa.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿Cómo influye la calidad del servicio en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

PE1: ¿Cómo influye la calidad de las interacciones en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022?

PE2: ¿Cómo influye la calidad de resultados en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022?

PE3: ¿Cómo influye el ambiente físico en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022?

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar cómo influye la calidad del servicio en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

OE1: Determinar cómo influye la calidad de las interacciones en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

OE2: Determinar cómo influye la calidad de resultados en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

OE3: Determinar cómo influye el ambiente físico en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:**

##### **1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La presente investigación se justificó por dos razones básicas: La primera, porque la imagen institucional y la calidad que percibe el usuario con respecto a la atención en entidades públicas pudo contribuir en el fortalecimiento de ambas variables, lo cual garantizó la confianza por el usuario y los mismos servidores públicos. En segunda instancia, referirnos a la imagen institucional y calidad que percibe el usuario, son procesos de mayor impacto transversal los cuales despiertan en las instituciones públicas la importancia que estas tienen para la institución, dando como resultado que se mejore o se siga manteniendo un mejor servicio a la población.

##### **1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

El presente estudio va a permitir que los estudiantes de Administración y la colectividad se encuentren más informados acerca de los temas tratados en esta investigación, así como también puede ser de utilidad ya que puede servir como modelo aplicable a otras instituciones públicas y/o privadas.

##### **1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Para realizar esta investigación, utilizamos encuestas como método de investigación y encuestas como herramienta para determinar mejor la satisfacción del usuario con la calidad del servicio y su impacto en la imagen de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco 2022.

## **1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

Un obstáculo importante es la situación nacional e internacional con respecto al virus COVID-19, lo que dificulta la recopilación de datos mientras se implementan las medidas apropiadas emitidas por el país para manejar la emergencia.

En el segundo caso, los investigadores asignaron recursos a actividades rutinarias y, por lo tanto, tenían limitaciones de tiempo. Los mismos recursos en realidad hacían más difícil cumplir con el tiempo programado.

## **1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HUMANOS**

Esto es posible gracias a los expertos en el sitio y al personal de apoyo en la Municipalidad Provincial de Amarilis.

### **1.6.2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS MATERIALES**

Estos estudios se basan en técnicas y procesos de recopilación y procesamiento de información.

### **1.6.3. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS ECONÓMICOS**

Se asumieron los costos de las diferentes actividades ejecutadas durante la investigación, no se contó con auspicio de otra autoridad y/o entidad.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Orozco (2017), en su tesis titulada: “Satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa, Hospital Militar Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Managua. Nicaragua. Febrero 2017”

El principal objetivo de febrero de 2017 fue aumentar la satisfacción de los usuarios con la calidad de atención en el Hospital Militar Escola Alejandro Davil Bolaños de Managua, Nicaragua. A continuación, realizamos un estudio descriptivo transversal. La muestra estuvo conformada por 364 consumidores caracterizados por cinco dimensiones enfocadas en los objetivos de la encuesta, características sociodemográficas y calidad del servicio. Fuente principal de información. La información se recopiló de dos jefes de departamento y un asistente de investigación utilizando cuestionarios y cuestionarios como herramientas de recopilación de datos. El autor llega a las siguientes conclusiones:

En sus conclusiones, los investigadores encontraron una población activa, activa y adulta mayor equilibrada en cada uno de los cuatro grupos de edad, con un 57 % de sexo femenino, un 69,4 % de alumnos o estudiantes y un 93 % de población urbana, indiqué que estaba en el departamento. superficie del agua. Las variaciones dimensionales incluyen: -0.32 para empatía, -0.32 para confiabilidad, -0.23 para seguridad, -0.35 para responsabilidad, 0.08 para propiedad material y satisfacción del cliente para confiabilidad entre usuarios. Existe una correlación de  $r = 0.532$ , calidad de atención brindada en las clínicas, la calidad de los servicios es jerárquica, siendo la dimensión de confiabilidad la más alejada de cero y la de bienes materiales la más

cercana a cero. Como era de esperar, el índice ICS indica un cumplimiento moderado de los estándares de calidad del servicio para todas las visitas al médico de cabecera de pacientes ambulatorios.

Álvarez y Cedillo (2017), en su tesis titulada: *El rol de las relaciones públicas en la comunicación, e imagen corporativa del Gobierno Municipal del Cantón Sucúa*. Su objetivo general fue analizar el papel de las relaciones públicas en la comunicación y la imagen empresarial en el municipio del Cantón Sucúa, por lo tanto, es un estudio descriptivo. La población estuvo conformada por la ciudad del Cantón Sucúa y 200 ciudadanos y 50 servidores públicos de diferentes ciudades, y como herramientas de recolección de datos se utilizaron encuestas y cuestionarios. Los autores extraen las siguientes conclusiones:

La comunicación corporativa es una estrategia fundamental en las organizaciones sociales que proyecta el trabajo en equipo para construir buenas relaciones con el público. El Municipio de Cantón Sucúa necesita coordinar la comunicación interna y externa de manera eficaz y eficiente, por lo que no se considera en dimensiones reales. Mantener un sistema unidireccional en su proceso de comunicación afectará la satisfacción de sus destinatarios con el servicio que recibe y afectará las actitudes que construyen la imagen de su empresa.

En la comunicación con el público externo, fue desarrollado por el Director de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Cantón Sucúa, pero debido al presupuesto limitado de la empresa no se cuenta con el servicio de comunicación. De acuerdo con el Modelo General de Información, la comunicación unidireccional se utiliza para proporcionar información actualizada a los destinatarios internos y externos.

La comunicación con la empresa interna, la comunicación interna debe ser vista como la clave para el logro de las metas que persigue el Municipio de Cantón Sucúa; de hecho, involucrando siempre a todos los empleados y participando en todas las actividades demostrando que



se necesita trabajo en equipo. La práctica es que toda la empresa se mueve en la misma dirección y decide implementar un plan bidireccional de comunicación interna enfocado en el recurso más importante de la organización: su gente. Soluciones colaborativas basadas en los servicios que las organizaciones brindan a sus ciudadanos.

Cuenca (2019), en su tesis titulada: *Estudio de la percepción de la imagen institucional de la universidad politécnica salesiana, Sede quito en los estudiantes de Administración de Empresas*. El objetivo principal fue conocer las percepciones de los estudiantes de negocios como resultado de la gestión de la comunicación a partir de subvariables identitarias y culturales, se realizó un estudio exploratorio, explicativo y descriptivo. La población es 1793 y la muestra es 300 personas, se utilizaron técnicas de encuesta como herramientas de recolección de datos, el autor llega a las siguientes conclusiones:

En cuanto al Departamento de Telecomunicaciones del Instituto Tecnológico Salesiano, el sistema de comunicación no se entiende bien y la información no se distribuye en toda la universidad. Así como el uso de equipos y canales de comunicación a lo largo del ascensor, falta de creación de un sentido de pertenencia entre los estudiantes. Se revela la identidad organizacional, las percepciones de los estudiantes sobre las actitudes pragmáticas. La identidad tiene una función de costo-beneficio. La solidaridad, el respeto, la integridad y la determinación se destacan entre los valores reconocidos, interactúan con fuentes simbólicas como Don Bosco y rituales religiosos, institucionales y sociales. Un factor que no ha sido aceptado por los estudiantes es la falta de apoyo del equipo que tiene un gran impacto en la cultura. Las reglas de la universidad no se aplican a los estudiantes, y el campus parece una universidad de la vieja escuela.

## 2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Mora (2018), en su tesis titulada: *Imagen institucional y la calidad de servicio de una Municipalidad Distrital de Lima 2018*. La meta general para el 2018 es esclarecer la relación entre la imagen de las instituciones y la calidad de los servicios en la ciudad de Lima, esto significa que el estudio principal es cuantitativo y la comunidad de investigación estuvo conformada por 316 empleados y 174 funcionarios en la ciudad de Lima, los empleados que utilizan cuestionarios como herramientas de investigación. Los autores extraen las siguientes conclusiones:

En 2018, la ciudad de Lima documentó una relación significativa entre la imagen corporativa y la calidad del servicio. Características y calidad del servicio de la ciudad de Lima en el 2018 la relación entre el comportamiento empresarial y la calidad del servicio en Lima en el 2018 fue estadísticamente significativa y altamente proporcional.

Medrano (2018), en su tesis titulado: *Transparencia pública y la imagen institucional del Gobierno Regional de Madre de Dios, año 2018*. Tiene como objetivo general determinar el alcance de la relación entre la transparencia pública y la imagen de las instituciones del gobierno local en Madre de Dios-2018; por lo tanto, se trata de un estudio descriptivo correlacional con una comunidad de investigación que involucra a 120 usuarios, había (53) usuarios en la muestra de la encuesta, y se utilizaron encuestas y cuestionarios como herramientas de recopilación de datos. Los autores extraen las siguientes conclusiones:

Al probar la hipótesis 1, Madre de Dios encuentra una relación positiva directa entre la transparencia pública y la imagen institucional de los gobiernos locales, La hipótesis 2 también sugiere que existe una relación positiva directa entre los derechos de propiedad y la imagen institucional del gobierno local; así, en Madre de Dios, el 36,2% de las transcripciones figurativas fueron significativamente diferentes de las

transcripciones causales, sin embargo, la hipótesis 3-2018 muestra que existe una relación positiva directa entre el acceso a la información pública y la imagen institucional de la ciudad de Madre de Dios, expresada por el 35,8% de los encuestados, lo que sugiere que variables de carácter general y específico pueden estar entrenando. La cuarta hipótesis muestra que existe una relación positiva directa entre la participación en diversas actividades sociales y la imagen institucional en la ciudad de Madre de Dios en el año 2018.

Quispe (2018), en su tesis titulado: *Relaciones públicas efectivas orientadas al mejoramiento de la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de San Agustín de Cajas*. El objetivo principal es analizar y esclarecer en qué medida una campaña de relaciones públicas efectiva incide en la percepción de la imagen institucional del municipio de San Agustín de Cajas. Para ello, también analizamos los tipos de estudios utilizados a nivel de interpretación descriptiva, el equipo de investigación estuvo conformado por 80 personas, y la muestra de investigación estuvo conformada por 40 empleados administrativos, uno de los cuales fue recolector de datos. Los autores extraen las siguientes conclusiones:

Luego de culminar el proceso de investigación, los resultados locales muestran una relación cada vez más positiva entre estos estados variables, por lo que una comunicación efectiva puede mejorar la imagen institucional del gobierno local. alineación. San Agustín de la Caixa.

De hecho, este resultado confirma que existe una probabilidad ligeramente positiva entre las ocurrencias de variantes. Esto demuestra que las relaciones internas tienen un impacto significativo en la imagen de la empresa en la ciudad de San Agustín de Cajas. Los resultados también se correlacionan muy positivamente, por lo que se concluye que la referencia externa contrasta fuertemente con la proyección de la imagen institucional del Ayuntamiento de San Agustín de Cajas.

### 2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Baylon, Ramírez y Rojas (2019), en su tesis titulada: *Comunicación interna y externa en la percepción de la imagen institucional del Gobierno Regional de Huánuco - 2019*. Su objetivo general fue determinar el grado de percepción de la imagen de la agencia en cuanto a la comunicación interna y externa del Gobierno Regional de Huánuco en el año 2019. Tipos de estudios descriptivos transversales seguidos de enfoques cuantitativos. La población representó un total de 1664 personas en el gobierno del estado Huánuco, la muestra de la encuesta consistió en 196 hombres y mujeres, y se utilizaron métodos de encuesta y cuestionarios como herramientas de recopilación de datos. El autor llega a las siguientes conclusiones:

En el segundo trimestre de 2019 no había conocimiento interno ni externo de la imagen de marca del gobierno de Huánuco, y más del 80% de los encuestados creían que la organización y su desarrollo estaban bajo influencia interna negativa. Tiene poco impacto en la percepción de la imagen corporativa, lo que genera indiferencia corporativa y oposición pública; por otro lado, los empleados municipales tienen un sentido de trabajo en equipo muy fuerte, por lo que cuando surge un problema dentro de la empresa, la mayoría de los empleados buscan una solución inmediata que refleje la imagen y relación correcta con el empleado. Entonces, tengo una opinión importante sobre la comunicación horizontal dentro de la empresa, la comunicación externa sobre la importancia de la autonomía local en Huánuco afecta negativamente la percepción pública de la institución. Hay algunos indicadores positivos de desarrollo, pero no suficientes para crear una imagen positiva entre la población son de fácil manejo por parte de quienes continúan enfrentando dificultades, demoras y denegaciones de solicitudes y pedidos. ¿Qué hace que las personas expresen opiniones negativas sobre el gobierno y su imagen?: No reconocer el comportamiento ético de socavar la autonomía local.

Atencio, Godoy y Rosario (2019), en su tesis titulada: *Uso de las redes sociales y su relación con el posicionamiento de la imagen corporativa del Gobierno Regional Huánuco en el 2019*. El objetivo principal fue investigar la relación entre el uso de redes sociales y la imagen de marca de la ciudad de Huánuco en el año 2019. Para ello se realizó un estudio preliminar a nivel adecuado, la población es de 82 trabajadores, la muestra de la encuesta es de 44 trabajadores de Huánuco y como herramienta de encuesta se utiliza un cuestionario. Los autores extraen las siguientes conclusiones:

En 2019 descubrimos una relación muy significativa entre el uso de las redes sociales y la identidad de marca de Huánuco, la relación también fue proporcional, con el uso de las redes sociales influyendo estadísticamente en el 89,2% de las imágenes, según los participantes de Huánuco 2019 fue un gran éxito para la delegación de Huánuco. Estas estadísticas confirman una correlación significativa del 5% entre el uso de las redes sociales y el posicionamiento de la imagen de marca de la delegación Huánuco 2019 y con un nivel de confianza del 95%.

Livia (2018), en su tesis titulada: *El presupuesto participativo y la incidencia en la calidad de servicios públicos básicos de la Municipalidad Distrital de Jacas Grande-Periodo 2016*. Su objetivo general es determinar la relación entre el presupuesto participativo y la calidad de los servicios públicos básicos en la administración regional de Jacas Grande; así que hizo una investigación de antecedentes sobre los niveles de membresía, la población y muestra estuvo conformada por 216 personas, entre concejales, parlamentarios, funcionarios de gobierno y usuarios de la comunidad de Jacas Grande y como herramientas de recolección de datos se utilizaron encuestas y cuestionarios. Los autores extraen las siguientes conclusiones:

Un hallazgo clave es que, en promedio, el 87% del presupuesto participativo se relaciona positivamente con la calidad de los servicios públicos básicos en el municipio de Jacas Grande. Según datos obtenidos de encuestas y resultados de encuestas estadísticas sobre

la efectividad de los presupuestos participativos, el 53% de los diputados del municipio de Jacas Grande afirmó que la efectividad de los presupuestos participativos fue 'normal'. De manera similar, el 16% de los funcionarios del gobierno local en Jacas Grande dijo que su nivel de experiencia con el presupuesto participativo era 'bueno' y el 14% de los encuestados en la Oficina Regional de Jacas Grande dijo que era 'excelente'. Porcentaje de empleados que respondieron "incorrectamente" a la pregunta. Finalmente, el 7% de los empleados encuestados dijo que tenía una experiencia "pobre" con el presupuesto participativo. Un funcionario de la ciudad en el área de Jacas Grande dijo que la calificación inicial para operar el servicio era 'ordinaria'. El 7% de los corredores encuestados calificó su servicio básico como "pobre".

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO**

#### **2.2.1.1. DEFINICIÓN**

La calidad del servicio es una importante herramienta de marketing que lo diferencia de la competencia y genera la lealtad del cliente, esto suele ser el resultado de comparar lo que los clientes esperan de su servicio y lo que obtienen de él. Cabe señalar que está muy ampliamente definido y es cada vez más difícil de medir (Zeithaml y Parasuraman, 2004).

La calidad del producto o servicio que los clientes esperan. Este es un estándar subjetivo que no corresponde a una calidad real u objetiva basada en detalles precisos como materia prima, proceso de producción, garantía y servicio postventa (Grijalba et al., 1996).

Según Berry (2003), crear y mantener una cultura perfecta es tan importante en el servicio como lo es en la fabricación, pero el tema del servicio es más complicado porque los errores siempre se cometen frente al cliente. La resolución efectiva de problemas requiere: Delegación a jefes de departamento. Pruebas de extremo a

extremo y pruebas de servicios Cree y mantenga la infraestructura de una organización para una prestación de servicios sin errores.

### **2.2.1.2. ATRIBUTOS INTRÍNSECOS Y EXTRÍNSECOS**

Calvo (2003), se afirma que la calidad percibida de un producto o servicio depende de varios factores. En este sentido, además del precio, también podemos hablar de las características internas del producto (sabor, color, longitud, composición, etc.), si no de la calidad.

Fernández (n/w) "La calidad percibida depende de los atributos de un producto. Los atributos de un producto son intrínsecos (sus características). Y externos (los valores que componen el producto, como el empaque, la marca y la publicidad). Los atributos dan a los consumidores una visión global dentro de la cual pueden distinguir entre:

- **Diseño.** La primera impresión de lo que quieres vender es muy importante. Esto afecta la practicidad y, en algunas industrias, como la moda y la industria automotriz, también afecta la imagen que los usuarios quieren transmitir con este producto.
- **Packaging.** Las empresas son cada vez más conscientes del impacto que tiene el empaque en la percepción del producto. Por ejemplo, el uso de materiales reciclables o reciclados parece más ecológico.
- **Marca.** Esto es importante cuando se lanza un nuevo producto o servicio. Los consumidores aceptan que las grandes marcas no corren el riesgo de ser asociadas con las inferiores y aceptan que hay un valor agregado en ese producto o servicio.
- **Acciones de marketing.** La publicidad apropiada puede ser la clave para el reconocimiento del consumidor. Al igual que con cualquier campaña de marketing, es importante llegar a

la audiencia correcta con el canal correcto y el mensaje correcto.

- **Precio.** La tendencia a creer que las cosas más caras son mejores, aunque no siempre es así. El valor monetario es un factor de sesgo que se puede utilizar como estrategia de marketing.

### **2.2.1.3. CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA**

En la misma perspectiva, contextualiza “la calidad del servicio se percibe como la diferencia entre las percepciones y expectativas del consumidor” (Nyeckel, 2002).

Según Laguna y Palacios (2009), las propuestas para definir la calidad de servicio son en realidad diferencias que existen en su percepción, dimensión y aplicación. El argumento científico para esta estructura es el siguiente. Sin embargo, si bien hay diferencias, la mayoría está de acuerdo en que es de naturaleza subjetiva y está guiada por las percepciones del cliente (calidad percibida). Desde esta perspectiva, Markovic y Raspor (2010) afirman que “la definición más común del término es una situación basada en una comparación de las expectativas del cliente y las percepciones del desempeño”. Significa diferentes cosas para diferentes personas. La definición más común de la calidad del servicio son las expectativas del cliente en comparación con las percepciones del cliente sobre el servicio recibido.

### **2.2.1.4. DIFERENCIAS ENTRE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SERVICIO AL CLIENTE**

Los términos servicio al cliente y atención al cliente se usan indistintamente y están estrechamente relacionados, pero no son lo mismo. Parasuraman et al. (1993) afirman que la “Excelencia en el servicio al Cliente” es la capacidad de cumplir lo prometido, pero primero se debe definir lo que se puede prometer. En términos simples, el servicio al cliente se puede definir como las



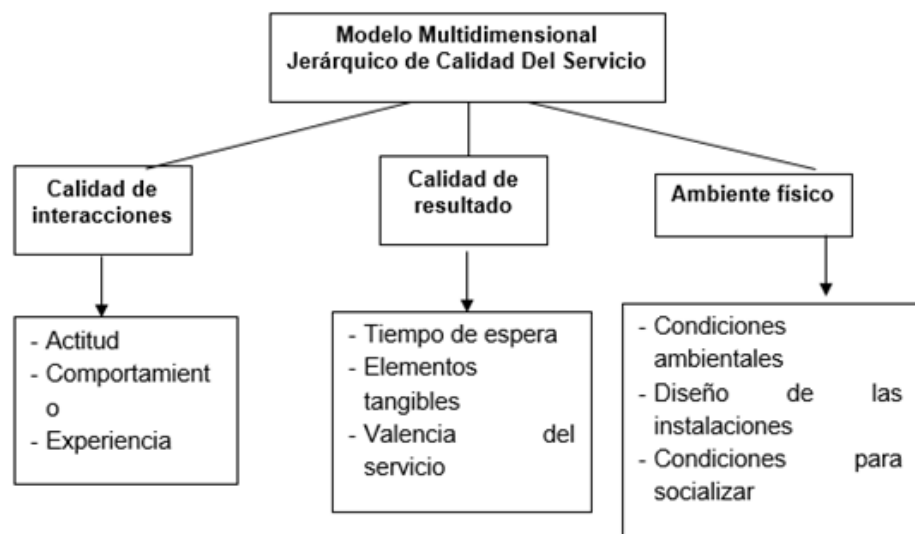
estrategias que utilizan las empresas para lograr la satisfacción del cliente. El servicio al cliente, por otro lado, se convierte en una aplicación cotidiana de esta estrategia centrada en el empleado. Partiendo de esta sencilla definición, introducimos dos conceptos destacables: la satisfacción del cliente y el servicio al cliente. El papel de un representante de servicio al cliente debe centrarse en mejorar la experiencia del cliente en cada interacción con la empresa.

### 2.2.1.5. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Según Brady y Cronin (2001), los autores proporcionan un modelo jerárquico multidimensional para definir este modelo. Los consumidores forman su percepción de la calidad del servicio en función de múltiples niveles de calificaciones de desempeño y, en última instancia, combinan estas calificaciones para formar una percepción general de la calidad del servicio. Brady y Cronin proponen tres dimensiones principales: calidad de la interacción, calidad del entorno y calidad del resultado.

**Figura 1**

*Dimensiones de Calidad de Servicio*



*Nota:* Modelo Jerárquico Multidimensional (Brad y Cronin, 2001)

- **Calidad de interacciones:** Consiste en las actitudes y el comportamiento de los empleados entre los empleados y los clientes, así como en la formación de los profesionales del servicio. Se refiere a la experiencia del cliente que resulta de las interacciones con el elemento humano dentro de una organización. La importancia de este rol es muy clara para los trabajadores de primera línea en el sector de servicios.
- Debido a que los servicios son intrínsecamente inmateriales e indivisibles, las interacciones directas que ocurren durante la prestación del servicio a menudo tienen el mayor impacto en la calidad percibida del servicio. Estas interacciones son la interfaz entre empleados y clientes y se definen como una parte integral del intercambio de servicios. En resumen, la calidad del servicio es el resultado de un proceso, no un resultado.

Ejemplificación:

El personal era amable (actitud), bien informado (experiencia) y me hizo sentir bienvenido tan pronto como entré por la puerta (actitud).

Este aspecto de la administración se refiere a las interacciones entre usuarios y administradores. Esta es una de las características más importantes y de mayor impacto en la percepción de la calidad por parte del público.

Según el jefe del Ejecutivo (2018), los factores que componen este aspecto son: Actitudes, experiencias y comportamientos, y los aspectos que más influyen en la satisfacción de los ciudadanos con los trámites son la atención, amabilidad y acogida que reciben (actitudes), la intención (comportamiento) del agente de ayudarlo e informarlo. Él mismo

nos comenta que agradecen la rapidez del servicio. Cuando vas a instituciones públicas, a menudo no puedes encontrar empleados responsables o los empleados son nuevos y no tienen suficiente experiencia (pericia) para ayudarlos a resolver problemas.

- **Calidad de resultado:** Subdimensión de latencia, asignada a beneficios tangibles. Esta dimensión se refiere al beneficio o resultado del servicio obtenido por el cliente, que también se manifiesta como el producto final del servicio, también llamada calidad técnica por otros autores, se refiere a la percepción final del cliente, es decir, lo que el cliente retiene después de haber realizado el servicio.
- **Tiempo de espera:** Ciudadanos al día (2013), y la secretaria de gestión pública (2018), coinciden en que la latencia para la experiencia del usuario oscila entre 45 minutos y 15,2 horas. En las entrevistas, los usuarios dijeron que inicialmente esperaban que la visita tomara alrededor de 15 minutos, pero después de esperar entre 30 y 45 minutos, se les informó que el problema no se resolvió pero que no se podía abordar. Esto deja a los usuarios frustrados y molestos.
- **Tangible:** Esta subdimensión tiene en cuenta la percepción final del usuario, la imagen del usuario sobre el tema, la satisfacción que el usuario siente hacia el usuario y los comentarios que el usuario hace después de trabajar. Esta dimensión se refleja en la proporción de denuncias y beneficios relacionados con las denuncias de discriminación presentadas ante las autoridades.
- **Valencia:** El valor incluye los atributos que determinan si los consumidores perciben el resultado de un servicio como bueno o malo, independientemente de su evaluación de otros aspectos de la experiencia. Si el procesamiento es insuficiente, es posible que otros tamaños no encajen.

- **Calidad del entorno:** Se centra en el diseño de las instalaciones, las condiciones ambientales y los factores sociales. Muestra los elementos físicos o físicos de la organización y si otros usuarios influyen en el correcto desarrollo del servicio.

Una de las características de los servicios es que no son obligatorios. Esto significa que no se puede medir, almacenar o inventariar. Los usuarios a menudo necesitan estar presentes durante el proceso. El entorno físico es donde se llevan a cabo los servicios, y debido a que los buenos entornos conducen a buenos servicios, tiene un gran impacto en la percepción del público sobre la calidad del servicio.

Bitner (1992), afirma que el entorno físico tiene un impacto significativo en todo tipo de servicios. El entorno en el que se implementa el servicio y las interacciones del usuario con los funcionarios gubernamentales determinarán cómo percibe el usuario la calidad del servicio. En el manual “Mejorando la Ciudadanía en la Administración Pública” (2015), uno de los criterios a considerar es la infraestructura de instalaciones y equipamientos, y en cuanto a infraestructura, mobiliario y ventilación debe bastar toda Institución pública o civil, limpieza, iluminación. La infraestructura básica debe facilitar el uso y acceso de mujeres embarazadas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad. La Secretaría de Estado (2018), confirmó que los ciudadanos tardarían 1 hora y 45 minutos en completar el trámite. Una de las razones del retraso es la mala señalización, ya que los ciudadanos están desorientados y tienen que pedir direcciones. secretario. en la mesa.

#### **2.2.1.6. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO**

Según Anierte (2013), la calidad del servicio se caracteriza por:

- Respeto a las Ofertas. En otras palabras, las características del servicio deben coincidir con lo que se está comunicando a la población.
- Debe caracterizarse por un alto grado de usabilidad. Es decir, debe adaptarse a la funcionalidad que aborde las necesidades específicas del destinatario previsto.
- Debe ser fácil de usar y la funcionalidad del sitio no debe ser tan extensa que los usuarios no puedan navegar mientras lo usan, pero debe ser adecuado para todos.
- Debe ser eficaz. Esto significa que el usuario debe estar satisfecho tanto con el uso del servicio como con los resultados obtenidos.

## **2.2.2. IMAGEN INSTITUCIONAL**

### **2.2.2.1. DEFINICIÓN**

Iparraguirre et al. (2018), Una vez más, como resultado de la globalización en los últimos años, los canales de comunicación también han cambiado en formas que no se habían utilizado antes. Hoy, gracias al uso de la tecnología, la sociedad ha mejorado el acceso a los medios de comunicación, formando opiniones además de opinar. sobre empresas Claramente califican e influyen, positiva o negativamente, no solo en los servicios que ofrecen, sino también en la imagen que transmiten.

Una buena imagen es una ventaja competitiva porque una imagen corporativa crea valor para una empresa y un folleto lo consolida como una persona de confianza, soluciona problemas y motiva a las personas a elegir un trabajo, todo conduce a un nivel de mejora que es beneficioso para su negocio (Castrillo, 2016).

Olortegui (2016), define una organización como el nivel de percepción que un usuario tiene de una organización en función

de un conjunto de factores que la distinguen de otras organizaciones, como quién la produce.

"Un conjunto de creencias y asociaciones de una audiencia que directa o indirectamente recibe comunicación de una persona, producto, servicio, marca, empresa u organización". En algunos casos, pero en todos los casos, esta razón se convierte en creencias y asociaciones; y las imágenes creadas son siempre realidades emocionales" (Ríos, 2009).

Imagen es un término que se puede utilizar de diferentes maneras dependiendo de tus intereses. Es un fenómeno espiritual, un fenómeno global. psíquico, porque sólo existe en el cerebro de la persona que lo ha absorbido; para coleccionar. Una performance que consiste también en reducir la realidad a unos elementos especialmente característicos y salientes (Díaz, 2013).

Esta es una lectura común de la organización en el sentido de que la imagen está definida por las relaciones de la empresa y la identidad organizacional. Va más allá porque no es una característica incompatible de una organización, sino que afecta el comportamiento de la organización en su conjunto (Barrientos, 2002).

La "imagen corporativa" es el resultado de condicionantes sociales, en los que el centro estratégico de desarrollo y gestión de estas empresas se traslada del ámbito de la producción al ámbito de la distribución, enfatizando que cambia como estructura evolutiva la telecomunicación. Este hecho se refleja en los términos "producción distributiva" y "consumo industrial" (Chaves, 1990).

#### **2.2.2.2. TEORÍA DE LA INTERVENCIÓN**

Según Chaves (1990), en las intervenciones profesionales, la "codificación institucional" es el proceso semi artificial de

codificación asistida tecnológicamente, el grado hace casi imposible la restauración natural del equilibrio, estos cambios pueden ocurrir en cualquiera de los cuatro dominios y la identificación de los individuos requiere una intervención sistemática. (Cambios en la realidad física: expansión vertiginosa de los componentes de la identidad: estancamiento del desarrollo cultural y tecnológico de los equipos humanos; cambios en las condiciones de comunicación: aumento masivo de tamaño; cambios en la imagen pública: competencia intensa). Los casos más graves están relacionados con el campo de las imágenes, cuando el desfase entre la interpretación imperante sobre la identidad de la institución y lo que la define y las intervenciones no es una relación preventiva, sino disruptiva. apariencia

La percepción humana es una presencia constante en la vida cotidiana como un recordatorio de lo que es explicable y lo que puede tener un impacto social. La imaginaria es un fenómeno cultural que se encuentra en todas las civilizaciones, encarnado en muchas formas diferentes y estudiado en muchos campos diferentes, incluyendo la sociología, la psicología, el arte, la tecnología y el derecho.

Ruiz (2013), argumenta que la provisión de datos por parte de estas divisiones de investigación es importante para que la teoría imaginativa se convierta en un servicio universal para los humanos. Este tema se aborda de tres formas: conocimiento, información y semiótica.

### **2.2.2.3. SEMIOSIS ARTIFICIAL Y SISTEMA SEMIÓTICO**

Conceptos de identidad corporativa Crear una declaración de identidad estructurada para crear una imagen pública clara, el objetivo de cada proyecto no es solo cambiar la imagen, sino cambiar todo el proceso: la semiótica institucional. Ocurre al interferir con la realidad y la comunicación, las únicas superficies

objetivo que pueden ser manipuladas. Las intervenciones semióticas están al nivel de la comunicación, pero incluso si nos limitamos al campo semiótico (comunicación), pueden involucrar o requerir intervenciones más generales sobre la misma estructura de la comunicación es un recurso institucional (Chávez, 1990).

#### **2.2.2.4. IMAGEN INSTITUCIONAL: UN SUJETO DISEÑADO**

Muchos trabajadores sociales están bajo presión externa para ordenar nuevos intercambios significativos que requieren una respuesta positiva. NO solo dirigida (publicidad), sino también interferencia mediática consciente, voluntaria y organizada (anorexia). Pero la cantidad de medios directos e indirectos (panorama general). Los dispositivos de comunicación se amplían para que todos los componentes de un objeto puedan actuar como canales, portadores o portadores de mensajes, el trabajo en sí y sus herramientas tienen una función secundaria de mensajes de autopromoción. La publicidad es otro canal para comunicar la imagen de una empresa. (Como la gráfica, la vestimenta, el medio ambiente, los materiales, el personal, etc., todos son portavoces de la organización), por lo tanto, cada decisión tiene un efecto directo o indirecto en la imagen y requiere una atención especial y detallada, necesitamos tecnología sistemática (Chávez, 1990).

##### **2.2.2.4.1. COMPONENTES**

Según Chaves (1990), está conformada por 3 componentes las cuales son:

- Misión de la organización: Una descripción breve y clara del propósito de la organización, el propósito o las tareas que la organización pretende cumplir, los usuarios o grupos de usuarios y las principales formas de lograr ese propósito.



- Identidad organizacional: Lo que los miembros ven, escuchan y piensan dentro de la organización.
- Valores organizacionales: Los siguientes principios respaldan los objetivos morales de la organización y guían su funcionamiento.

$$\text{IMAGEN INSTITUCIONAL} = \text{MO} + \text{IO} + \text{VO}$$

#### **2.2.2.5. TIPOS DE IMAGEN INSTITUCIONAL**

Existen dos tipos de imagen institucional, mismos que se señalan a continuación:

- Imágenes promocionales: Cualquier cosa que promueva un producto o servicio ofrecido por una organización en un esfuerzo por crear una respuesta inmediata en el público.
- Imagen motivacional: La opinión pública parece estar centrada en el acuerdo o simpatía entre la institución y el público.

Los tipos de imagen son importantes dentro de una empresa para proyectar una figura sólida, pero se tener en cuenta en qué momento utilizar cada una y que el mensaje que se desea dar a conocer este claro y sea el adecuado para el público- target. (Escobar, 2009)

#### **2.2.2.6. EJES ESTRATÉGICOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL**

Según Castrillo (2016), en toda organización se debe tener en consideración la importancia de la imagen que proyecta independientemente de la actividad, razón social a la cual se dedica.

- Identificación: Las instituciones manifiestan que el público externo pueda reconocer, informarse mantener presente el

servicio y productos ofertados con el fin de posicionarse con marca y nombre.

- **Diferenciación:** Dentro del medio existe diferentes empresas, el fin de cada institución es diferenciarse mediante el ofertamiento con valor agregado de los productos o servicios.
- **Referencia:** las personas realizan referencias para encontrar determinados productos es decir que las entidades deben posicionarse como referente por su imagen.
- **Preferencia:** este paso es el primordial debido a que las instituciones además de posicionarse como referente deben ser atrayente capaz que las personas la consideren como una opción de elección preferente.

#### **2.2.2.7. DIMENSIONES DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL**

Herrera (2009), Señala que la opinión del consumidor es parte integral de muchos aspectos de la imagen de una empresa. Obtener la mejor imagen posible para el nombre de nuestra organización, empresa o entidad legal requiere atención al detalle. Luego las dimensiones de la mesa del motor:

- **Marca:** Un título que otorga un derecho exclusivo para usar una marca registrada o designación como identificador de una compañía en particular. Te ayuda a distinguirte de los demás, especialmente si haces las mismas actividades o muy similares.
- **El logo:** una imagen, texto, forma o una combinación de los tres que simplemente representa el nombre y el propósito de su empresa. Un logotipo puede y debe ser más que una simple marca de identificación. Es un gran diseño y al mismo tiempo cuenta la historia de la empresa.

- **El eslogan:** una frase publicitaria breve y efectiva que resume los beneficios de su producto. Por lo general, vienen con una marca y se pueden usar para otros productos de la misma empresa. Esto normalmente incluye un concentrador de unidad central que se repite en cada vehículo de distribución.
- **El sitio web:** Sitios web de terceros que usted posee y edita y sitios web de tiendas en línea que usted controla. El contenido debe ser una decisión empresarial estratégica.
- **Brochure:** Son materiales de apoyo destinados a proporcionar información interna o externa, como trípticos promocionales de productos o folletos multiproducto.
- **Valores:** Un principio, virtud o cualidad que caracteriza a una persona, actividad o cosa y generalmente se considera positivo o de gran importancia para un grupo social.
- **Historia y Reputación:** La suma de opiniones y creencias sobre una empresa con base en su historia y perspectivas en relación con sus competidores más cercanos. Para las instalaciones públicas, se recomienda que los objetos y las opiniones se dejen fuera del sitio.

### 2.3. DEFINICIÓN CONCEPTUALES

1. **Atención a la ciudadanía:** La Guía para Mejorar los Servicios al Ciudadano en las Agencias Gubernamentales (2015) Reconoce que los buenos servicios brindan servicios de alta calidad a los ciudadanos y que la acción o falta de acción de las instituciones públicas afecta todo el ciclo de vida del servicio: desde la administración hasta la prestación final de los servicios a los ciudadanos.
2. **Gestión pública:** Hace hincapié en la gestión eficaz de todos los recursos nacionales disponibles para satisfacer las necesidades del pueblo y asegurar el desarrollo del país (CPP, 1993).

3. **Gestión pública:** Ley Básica de Modernización de la Administración del Estado, parte de la Ley N° 27658, su finalidad es lograr una mayor eficiencia del aparato estatal, con el objetivo de otorgar mayor atención y privilegios a los ciudadanos y mejorar la gestión de los recursos públicos (CPP, 1993).
4. **La Secretaría de Gestión Pública:** Órgano jerárquico con autoridad normativa y técnica a nivel nacional, responsable del diseño, desarrollo, implementación y evaluación de las políticas nacionales de modernización administrativa para todos los departamentos relevantes del poder ejecutivo. En arte y residencia temporal bajo la Ley N°27444, ley de Funciones del Gobierno, incluyendo Regiones y Gobiernos Locales (PCM, 2020).
5. **Institución:** Un organismo público o privado que juega un papel particular en la sociedad y está sujeto a reglas y obligaciones que los miembros deben respetar para cumplir con su misión (Knight 1992).
6. **Misión organizacional:** Define los objetivos de la empresa, cómo llegar al público y las estrategias para el crecimiento y desarrollo futuro (Nunes, 2017).
7. **Municipalidad:** Organismos públicos encargados de la administración y administración de un área razonablemente pequeña y limitada, como las ciudades (CPP, 1993).
8. **Percepción:** la capacidad de recopilar, procesar y comprender activamente la información que llega a nuestros sentidos (Gonzales, 2006).
9. **Usuarios:** Las personas que utilizan regularmente productos y servicios deben reconocer que lo que están haciendo tiene un propósito lógico y conciso (PCM, 2020).
10. **Visión organizacional:** La visión de la organización para sí misma y su futuro. Esta redacción es necesaria para demostrar que usted es

consciente de los objetivos que persigue su organización y de los pasos necesarios para alcanzarlos y tener éxito (PCM, 2020).

## **2.4. HIPÓTESIS**

### **2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL**

La calidad del servicio influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022

### **2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

HE1: La calidad de las interacciones influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

HE2: La calidad de resultados influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

HE3: El ambiente físico influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022

## **2.5. VARIABLES**

### **2.5.1. VARIABLE DEPENDIENTE**

Imagen Institucional

### **2.5.2. VARIABLE INDEPENDIENTE**

Calidad de servicio

## 2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
CALIDAD DE SERVICIOS	Calidad de Interacciones	- Actitud	1. ¿Considera que fue atendido con un actitud cordial y respetuosa por parte de los trabajadores de la Municipalidad?
		- Comportamiento	2. ¿Cree usted los trabajadores de la Municipalidad tienen un comportamiento correcto hacia los usuarios?
		- Experiencia	3. ¿Considera como una experiencia positiva la visita a las instalaciones de la Municipalidad distrital de Amarilis?
	Calidad de Resultado	- Tiempo de espera	4. ¿Considera que el tiempo de atención es el adecuado?
		- Elementos tangibles	5. ¿La percepción de recursos materiales que posee la Municipalidad distrital es la más apropiada?
		- Valencia del servicio	6. ¿La información brindada por los trabajadores de la Municipalidad de Amarilis son de valía para los usuarios?
	Calidad del entorno	- Condiciones ambientales	7. ¿Las condiciones ambientales que posee la Municipalidad distrital de Amarilis son apropiadas para la recepción ellos usuarios visitantes a la Municipalidad distrital?
		- Diseño de las instalaciones	8. ¿El diseño de las instalaciones de la Municipalidad de Amarilis es de su agrado y cuentas con las señalizaciones correspondientes?
		- Condiciones para socializar.	9. ¿La Municipalidad de Amarilis cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario?
IMAGEN INSTITUCIONAL	Marca	- Esencia de la institución.	10. ¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios?
	Logo	- Logotipo atractivo para el usuario	11. ¿Se siente identificado con el escudo de la Municipalidad distrital de Amarilis?
	Slogan	- Impresión de prestigio a la institución	12. ¿Se siente identificado con el eslogan que promueve la Municipalidad distrital de Amarilis?
	Sitio web	- Dominio propio	13. ¿Ha visitado la página web de la Municipalidad por lo menos una vez?
		- Brinda información.	14. ¿Considera que la página web de la Municipalidad de Amarilis es una herramienta importante para realizar consultas?
	Brochure	- Identificación con la institución	15. ¿Al ingresar a la institución reconoce fácilmente a los trabajadores o los identifica por algún tipo de distintivo?
	Valores	- Respeto por las normas internas de la institución	16. ¿Percibe usted en los trabajadores un buen trato entre ellos respetando sus valores y códigos de ética?
	Historia y reputación	- Conocer la historia de la institución	17. ¿Conoce o a oído hablar de la historia de la Municipalidad de Amarilis?
- Generar reconocimiento del usuario.		18. ¿Cómo usuario confía en el personal que labora dentro de la Municipalidad distrital de Amarilis?	

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación corresponde a un tipo de estudio aplicada. Se denominan “investigaciones prácticas o empíricas” y se caracterizan porque su finalidad es aplicar o investigar los conocimientos obtenidos, mientras que otras son la aplicación de la práctica y la organización de la investigación (Murillo, 2008).

##### **3.1.1. ENFOQUE**

De acuerdo con los métodos de recopilación de datos cuantitativos reconocidos, identifica patrones de comportamiento y prueba teorías como un medio para probar hipótesis presentadas en cuestionarios o encuestas utilizando mediciones numéricas y análisis estadístico (Hernández et al., 2007).

##### **3.1.2. ALCANCE O NIVEL**

Estos estudios corresponden a un rango o nivel descriptivo. Consiste en aprender sobre actitudes generales, hábitos, características y criterios que describen actividades, objetos, procesos y personas en detalle. El propósito de dicho marco es identificar un determinado fenómeno, no analizarlo (Gross, 2010).

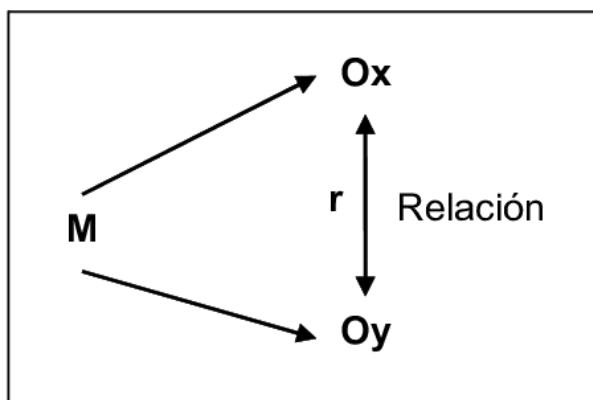
##### **3.1.3. DISEÑO**

**Descriptivo – correlacional, no experimental.**

Hernández (2014), es una investigación no experimental realizada al observar y analizar fenómenos en el entorno natural, no hay necesidad de manipular conscientemente las variables. El esquema es el siguiente:

**Figura 2**

*Diseño*



*Nota:* Metodología de la investigación (Hernández et al, 2014).

Dónde:

M: Muestra de estudio

Ox: Variable independiente

Oy: Variable independiente

r: Relación que existe entre las variables.

## **3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.2.1. POBLACIÓN**

Según Arias (2006), una población se define como un conjunto limitado o ilimitado de elementos con características comunes a partir de los cuales se realizan la mayoría de los descubrimientos.

El distrito de Amarilis está conformado por 81461 habitantes, según el último Censo Nacional (2017). La población seleccionada para este estudio fue conformada por los usuarios de la “Municipalidad Distrital de Amarilis” quienes acudieron a realizar algún trámite o a obtener algún tipo de información. Esta información fue proporcionada por la entidad en estudio.

Nuestra población por conveniencia fue de 111 usuarios.



**Tabla 2**

*Población*

<b>URBANIZACIONES</b>	<b>NÚMERO DE USUARIOS POR DÍA</b>
<b>PAUCARBAMBA (SAN LUIS, FONAVI I Y VI)</b>	30
<b>PAUCARBAMBILLA (ZONA CERO)</b>	22
<b>CHICCHUY (COLPA ALTA, ROSA PAMPA, PALTAMILLO, QUITASOL)</b>	12
<b>LLICUA BAJA (LLICUA JANCAO)</b>	15
<b>LA ESPERANZA</b>	15
<b>SAN JOSE DE PAUCAR</b>	9
<b>MALCONGA (SHISMAY, SARIA PAMPA)</b>	8
<b>TOTAL</b>	111

### **3.2.2. MUESTRA**

Hernández (2014). El muestreo por conveniencia es un método aleatorio que se utiliza para generar muestras en función de la facilidad de acceso, la disponibilidad de individuos para ser muestreados durante un período de tiempo específico o la disponibilidad de otro componente identificable de la práctica.

Para la presente investigación, la muestra a considerar son los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, por lo cual el tipo de muestreo a utilizar es el de conveniencia, ello conlleva a que el investigador tome como muestra de estudio a la totalidad de la población 111 usuarios.

### **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:**

#### **3.3.1. TÉCNICA**

La encuesta: Es una técnica de información básica basada en fórmulas y preguntas objetivamente consistentes que aseguran que la información presentada proviene de una muestra representativa de un grupo objetivo más grande (Abascal y Esteban 2005).

#### **3.3.2. INSTRUMENTO**

Cuestionario: Método que se utiliza para recolectar más datos de un cuestionario, permitiendo el acceso a un mayor número de participantes y permitiendo la evaluación específica del investigador. También facilita el análisis de ideas y creencias. (Arribas, 2004).

### **3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

El tratamiento de la investigación alcanzada se basa en las conclusiones de Tamayo (2007), quien afirma: El procesamiento nos permite sacar conclusiones.

#### **3.4.1. GRÁFICOS DE COLUMNAS Y BARRAS**

Los valores están relacionados con las frecuencias correspondientes típicas del nivel medido del rango, haciéndolos más claros y fáciles de entender.

#### **3.4.2. SISTEMA COMPUTARIZADO**

Los informes se crean utilizando una variedad de editores de texto, paquetes y programas que insertan gráficos y texto de un archivo a otro. Estos programas incluyen Word, Excel y SPSS versión 24.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Los resultados de la investigación aplicada se muestran a continuación: Presentadas en una estadística inferencial de cada variable y dimensión.

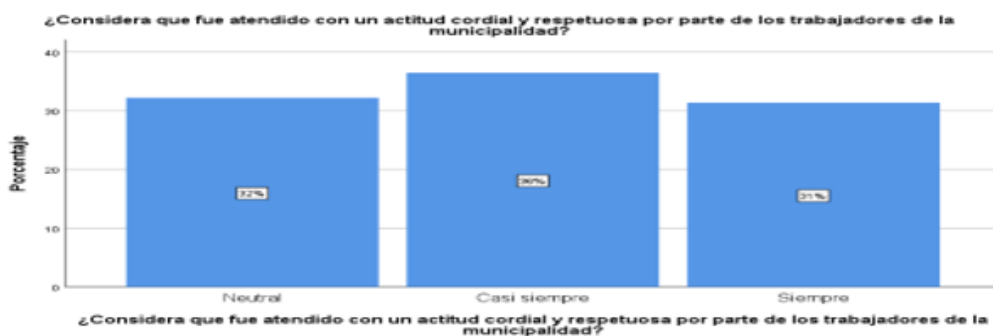
**Tabla 3**

*¿Considera que fue atendido con un actitud cordial y respetuosa por parte de los trabajadores de la Municipalidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	38	32,2	32,2	32,2
	Casi siempre	43	36,4	36,4	68,6
	Siempre	37	31,4	31,4	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 3**

*¿Considera que fue atendido con un actitud cordial y respetuosa por parte de los trabajadores de la Municipalidad?*



#### Interpretación

Con respecto a la Tabla 3 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Calidad de interacciones”, y a su respectivo indicador “Actitud”, se puede observar que el 31% de usuarios consideran que siempre fueron atendidos de manera cordial y respetuosa por parte de los trabajadores de la Municipalidad, mientras que el 36% considera que son atendidos casi siempre de manera correcta, y el otro 32% lo sienten como algo neutral.

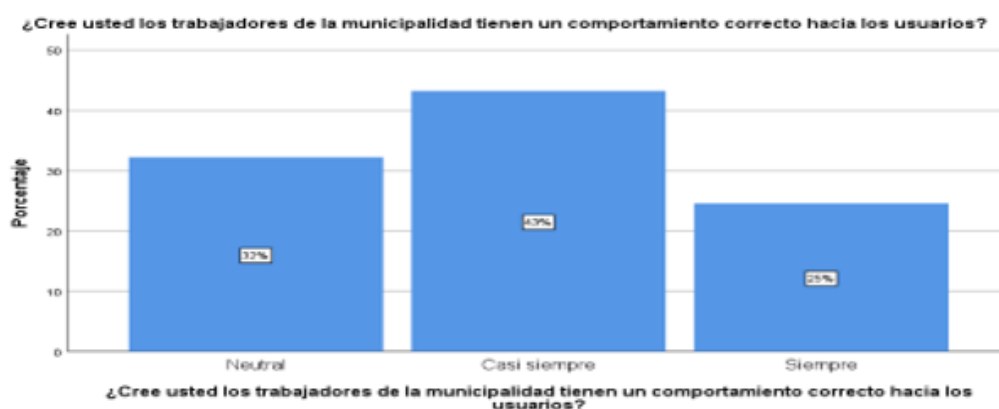
**Tabla 4**

*¿Cree usted los trabajadores de la Municipalidad tienen un comportamiento correcto hacia los usuarios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	38	32,2	32,2	32,2
	Casi siempre	51	43,2	43,2	75,4
	Siempre	29	24,6	24,6	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 4**

*¿Cree usted los trabajadores de la Municipalidad tienen un comportamiento correcto hacia los usuarios?*



### Interpretación

Con respecto a la Tabla 4 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Calidad de interacciones”, y a su respectivo indicador “Comportamiento”, se puede observar que el 25% de usuarios considera que siempre han observado un comportamiento correcto hacia los usuarios por parte de los trabajadores de la Municipalidad, mientras que el 47% considera haber observado casi siempre un comportamiento correcto, y el otro 32% opina de manera neutral con respecto a dicho indicador.

**Tabla 5**

*¿Considera como una experiencia positiva la visita a las instalaciones de la Municipalidad distrital de Amarilis?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	40	33,9	33,9	33,9
	Casi siempre	47	39,8	39,8	73,7
	Siempre	31	26,3	26,3	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 5**

*¿Considera como una experiencia positiva la visita a las instalaciones de la Municipalidad distrital de Amarilis?*



### Interpretación

Con respecto a la Tabla 5 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Calidad de interacciones”, y a su respectivo indicador “Experiencia”, se puede observar que el 26% de usuarios respondió que siempre consideran como una experiencia positiva sus visitas a las instalaciones de la Municipalidad distrital de Amarilis, mientras que el 40% considera casi siempre como positiva su visita a las instalaciones de dicha institución, y el otro 34% opina que considera como neutral su experiencia con respecto a la visita a dicha institución.

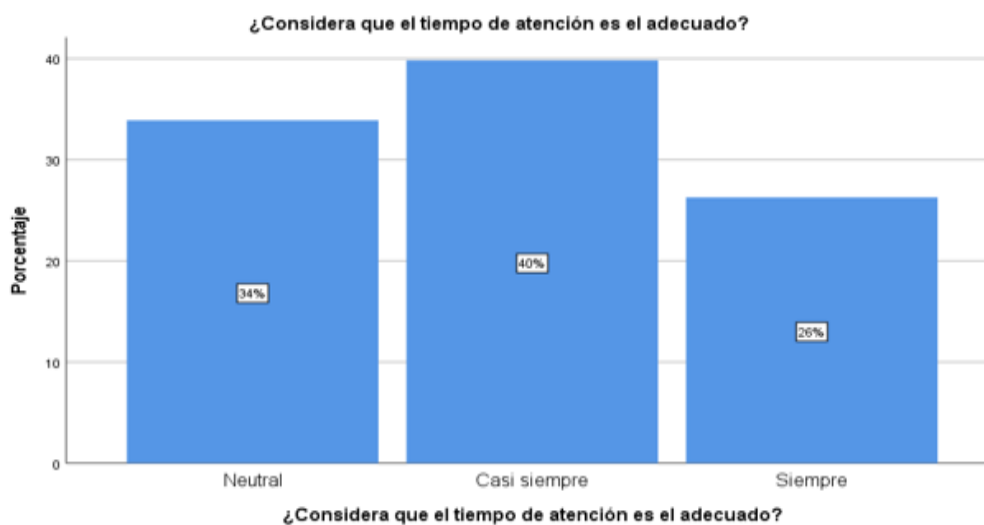
**Tabla 6**

*¿Considera que el tiempo de atención es el adecuado?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	40	33,9	33,9	33,9
	Casi siempre	47	39,8	39,8	73,7
	Siempre	31	26,3	26,3	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 6**

*¿Considera que el tiempo de atención es el adecuado?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 6 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Calidad de resultado”, y a su respectivo indicador “tiempo de espera”, se puede observar que el 26% de usuarios respondió que consideran que el tiempo de atención es siempre el adecuado, mientras que el 40% considera que el tiempo de espera es casi siempre oportuno, y el otro 34% opina de manera neutral respecto a dicho indicador.

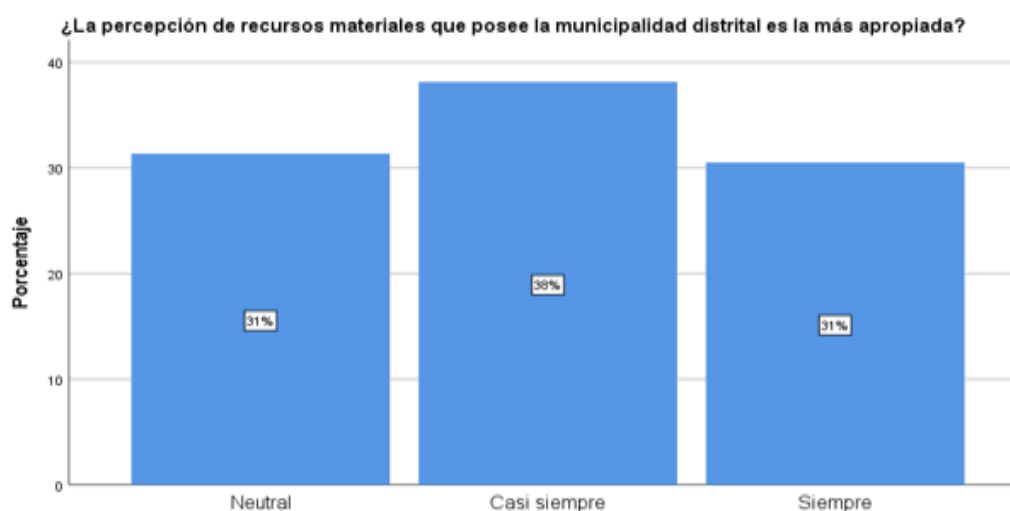
**Tabla 7**

*¿La percepción de recursos materiales que posee la Municipalidad distrital es la más apropiada?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	37	31,4	31,4	31,4
	Casi siempre	45	38,1	38,1	69,5
	Siempre	36	30,5	30,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 7**

*¿La percepción de recursos materiales que posee la Municipalidad distrital es la más apropiada?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 7 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión "Calidad de resultado", y a su respectivo indicador "elementos tangibles", se puede observar que el 31% de usuarios respondió que la percepción de recursos materiales que posee la Municipalidad distrital de Amarilis es siempre la más apropiada, mientras que el 38% considera que esa percepción es casi siempre conveniente, y el otro 31% opina que con respecto a dicho indicador su respuesta es neutral.

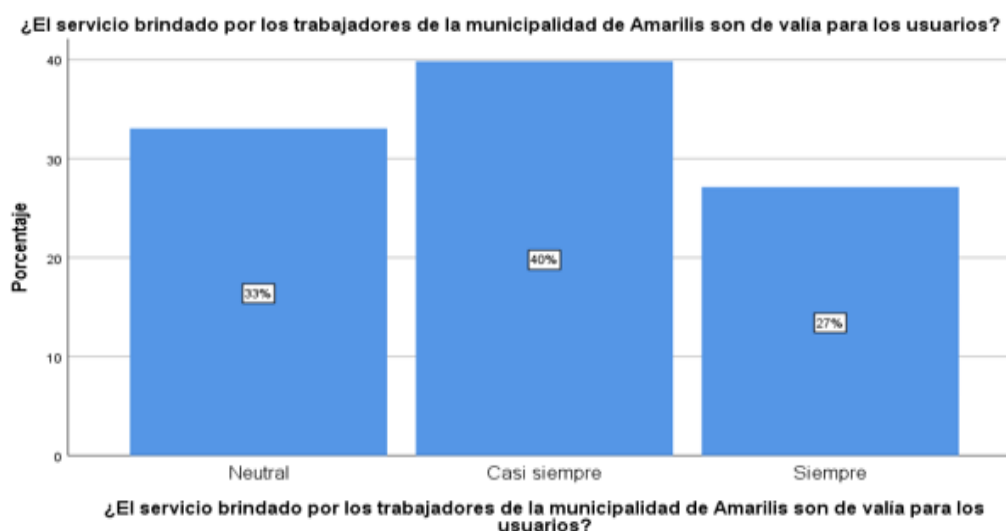
**Tabla 8**

*¿El servicio brindado por los trabajadores de la Municipalidad de Amarilis son de valía para los usuarios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	39	33,1	33,1	33,1
	Casi siempre	47	39,8	39,8	72,9
	Siempre	32	27,1	27,1	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 8**

*¿El servicio brindado por los trabajadores de la Municipalidad de Amarilis son de valía para los usuarios?*



### Interpretación

Con respecto a la Tabla 8 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Calidad de resultado”, y a su respectivo indicador “valencia del servicio”, se puede observar que el 27% de usuarios respondió que el servicio brindado por los trabajadores de la Municipalidad distrital de Amarilis es siempre de valía para ellos, mientras que el 40% considera que ese servicio es casi siempre de valor, y el otro 33% opina que con respecto a dicho indicador su respuesta es neutral.



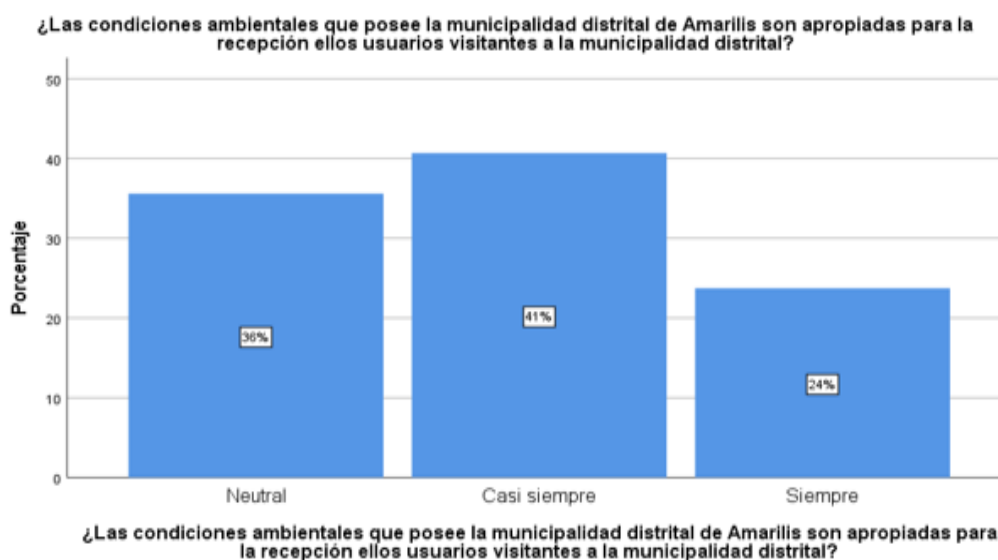
**Tabla 9**

*¿Las condiciones ambientales que posee la Municipalidad distrital de Amarilis son apropiadas para la recepción ellos usuarios visitantes a la Municipalidad distrital?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	42	35,6	35,6	35,6
	Casi siempre	48	40,7	40,7	76,3
	Siempre	28	23,7	23,7	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 9**

*¿Las condiciones ambientales que posee la Municipalidad distrital de Amarilis son apropiadas para la recepción ellos usuarios visitantes a la Municipalidad distrital?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 9 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión "Calidad del entorno", y a su respectivo indicador "condiciones ambientales", se puede observar que el 24% de usuarios respondió que consideran que las condiciones ambientales que posee la Municipalidad distrital de Amarilis son siempre apropiadas para la recepción de los usuarios visitantes, mientras que el 41% encuentra casi siempre como apropiadas dichas condiciones, y, el otro 35% respondió que con respecto a dicho indicador, su respuesta es neutral.

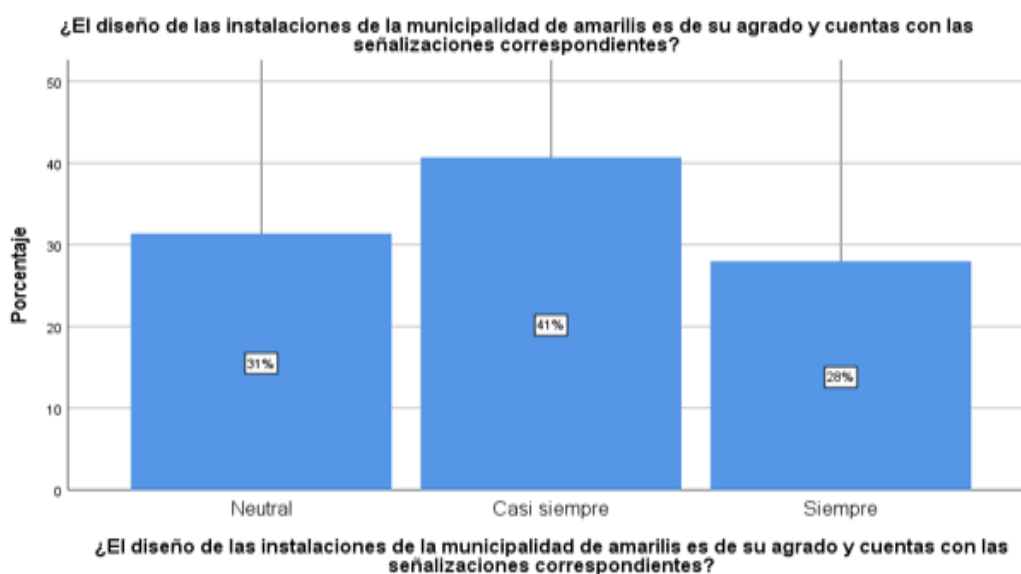
**Tabla 10**

*¿El diseño de las instalaciones de la Municipalidad de Amarilis es de su agrado y cuentas con las señalizaciones correspondientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	37	31,4	31,4	31,4
	Casi siempre	48	40,7	40,7	72,0
	Siempre	33	28,0	28,0	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 10**

*¿El diseño de las instalaciones de la Municipalidad de Amarilis es de su agrado y cuentas con las señalizaciones correspondientes?*



### Interpretación

Con respecto a la Tabla 10 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión "Calidad del entorno", y a su respectivo indicador "diseño de las instalaciones", se puede observar que el 28% de usuarios respondió que el diseño de las instalaciones de la Municipalidad distrital de Amarilis es siempre de su agrado y que cuenta con las señalizaciones correspondientes, mientras que el 41% encuentra casi siempre de su agrado dichas instalaciones, y, el otro 31% respondió que opina de manera neutral con respecto al presente indicador.

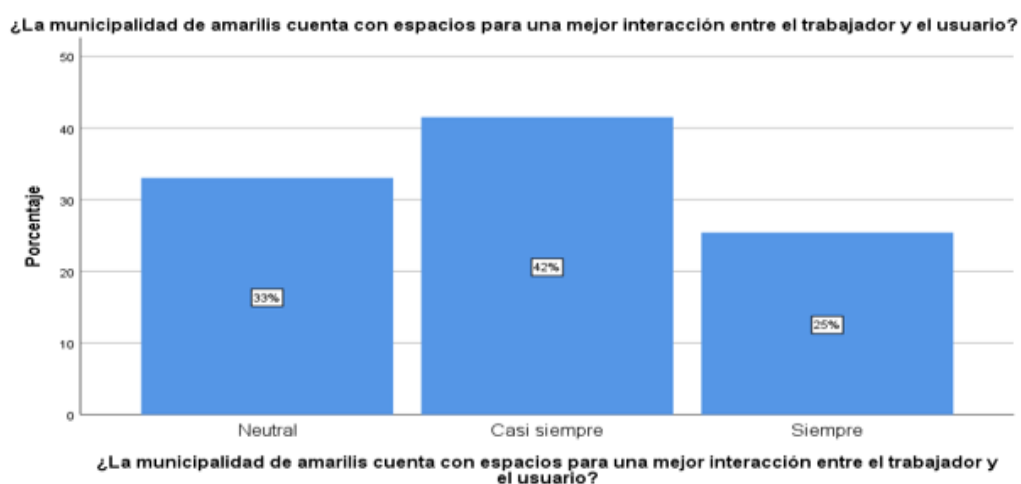
**Tabla 11**

*¿La Municipalidad de Amarilis cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	39	33,1	33,1	33,1
	Casi siempre	49	41,5	41,5	74,6
	Siempre	30	25,4	25,4	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 11**

*¿La Municipalidad de Amarilis cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario?*



## Interpretación

Con respecto a la Tabla 11 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Calidad del entorno”, y a su respectivo indicador “condiciones para socializar”, se puede observar que el 25% de usuarios respondió que la Municipalidad distrital de Amarilis siempre cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario, mientras que el 42% opina que casi siempre dicha institución dispone de áreas adecuadas , y, el otro 33% considera que su opinión es neutral con respecto a dicho indicador.

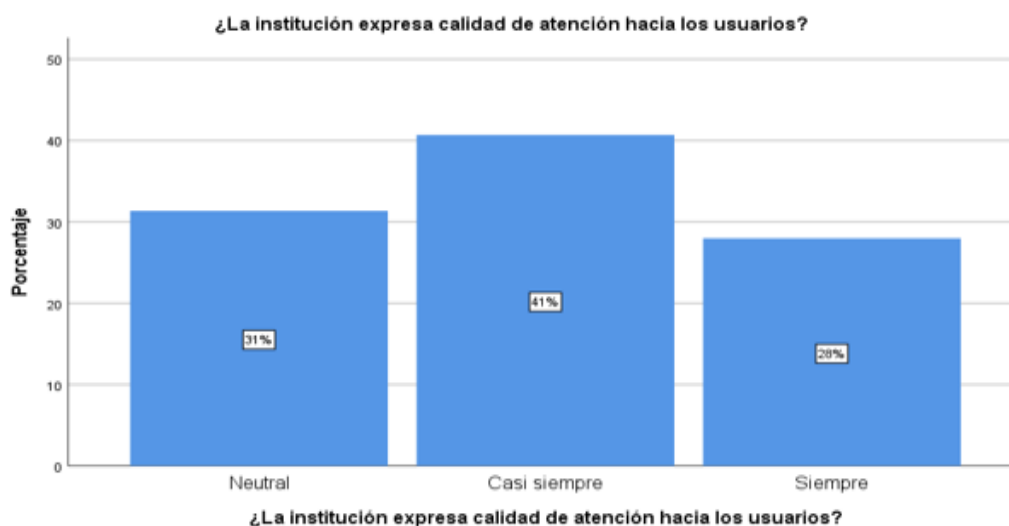
**Tabla 12**

*¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	37	31,4	31,4	31,4
	Casi siempre	48	40,7	40,7	72,0
	Siempre	33	28,0	28,0	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 12**

*¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 12 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión "Marca", y a su respectivo indicador "esencia de la institución", se puede observar que el 28% de usuarios respondió que la Municipalidad distrital de Amarilis siempre expresa calidad de atención hacia sus usuarios, mientras que el 41% considera que casi siempre observan que la institución manifiesta calidad de atención con ellos, y, el otro 31% opina de manera neutral frente a dicho indicador.

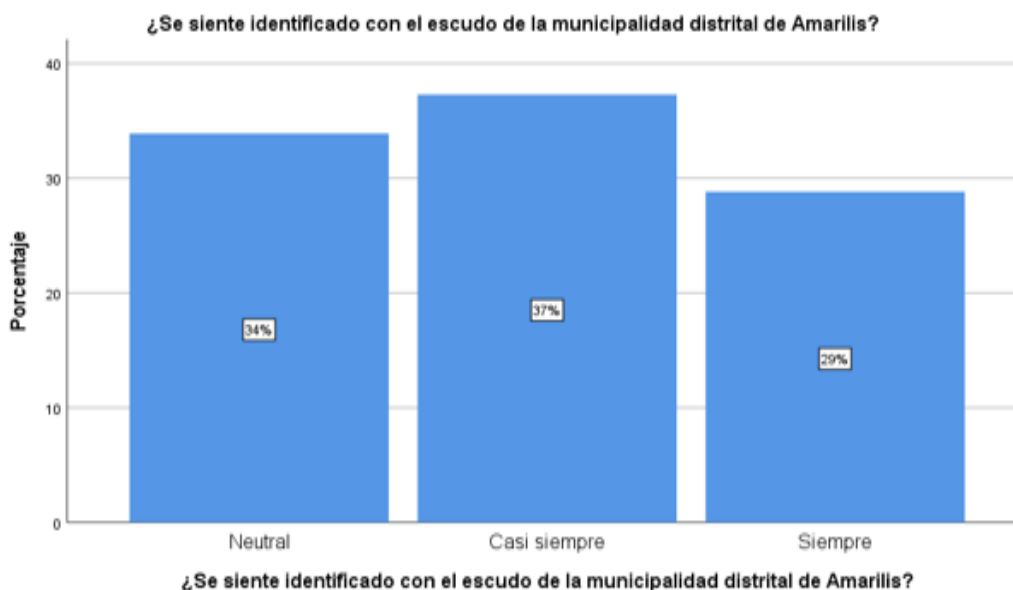
**Tabla 13**

*¿Se siente identificado con el escudo de la Municipalidad distrital de Amarilis?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	40	33,9	33,9	33,9
	Casi siempre	44	37,3	37,3	71,2
	Siempre	34	28,8	28,8	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 13**

*¿Se siente identificado con el escudo de la Municipalidad distrital de Amarilis?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 13 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión "Logo", y a su respectivo indicador "logotipo atractivo para el usuario", se puede observar que el 29% de usuarios respondió que siempre se sienten identificados con el escudo de la Municipalidad distrital de Amarilis, mientras que el 37% reconoce que casi siempre se siente identificado, y, el otro 34% opina de manera neutral respecto al indicador en mención.

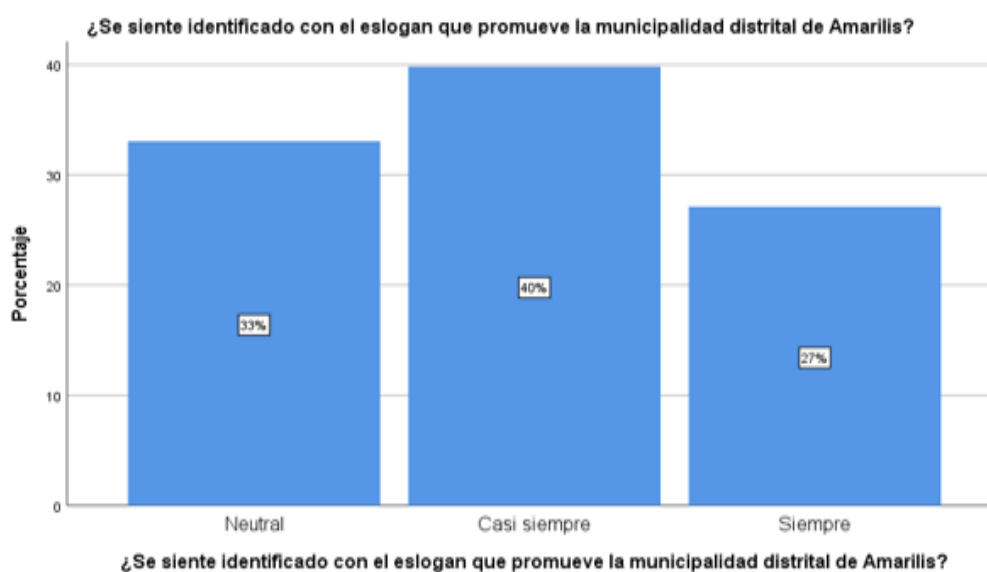
**Tabla 14**

*¿Se siente identificado con el eslogan que promueve la Municipalidad distrital de Amarilis?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	39	33,1	33,1	33,1
	Casi siempre	47	39,8	39,8	72,9
	Siempre	32	27,1	27,1	100,0
Total		118	100,0	100,0	

**Figura 14**

*¿Se siente identificado con el eslogan que promueve la Municipalidad distrital de Amarilis?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 14 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Slogan”, y a su respectivo indicador “impresión de prestigio a la institución”, se puede observar que el 27% de usuarios respondió que siempre se sienten identificados con el eslogan de la Municipalidad distrital de Amarilis, mientras que el 40% reconoce que casi siempre se identifica con el slogan “Yo amo Amarilis”, y, el otro 33% opina de manera neutral respecto al indicador en mención.

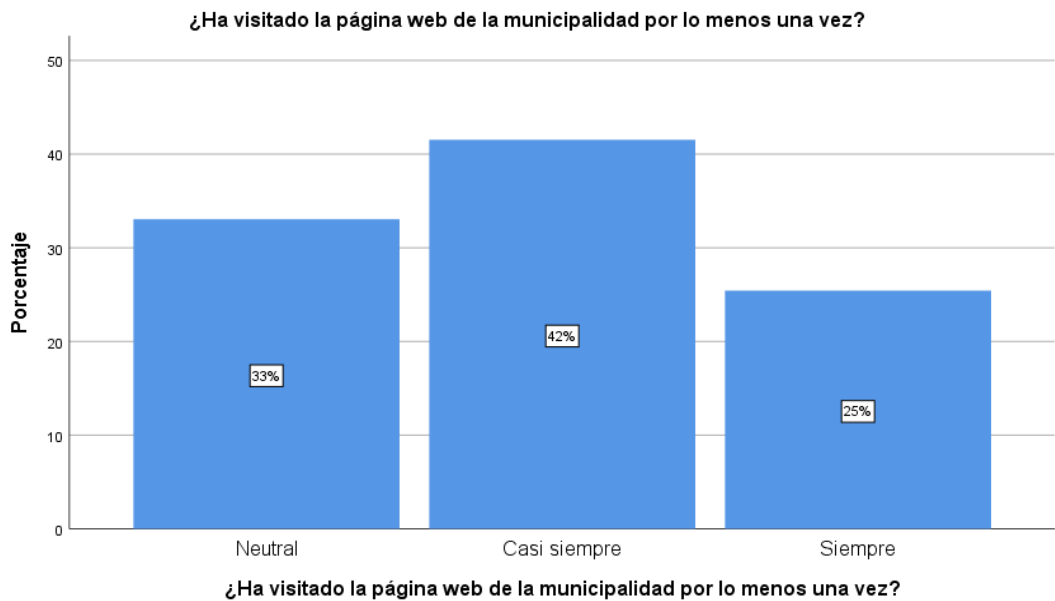
**Tabla 15**

*¿Ha visitado la página web de la Municipalidad por lo menos una vez?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	39	33,1	33,1	33,1
	Casi siempre	49	41,5	41,5	74,6
	Siempre	30	25,4	25,4	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 15**

*¿Ha visitado la página web de la Municipalidad por lo menos una vez?*



### Interpretación

Con respecto a la Tabla 15 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Sitio web”, y a su respectivo indicador “dominio propio”, se puede observar que el 25% de usuarios respondió que siempre visita la página web de la Municipalidad distrital de Amarilis, mientras que el 42% reconoce que casi siempre visita dicha ciber página, y, el otro 33% opina de manera neutral respecto al indicador en mención.

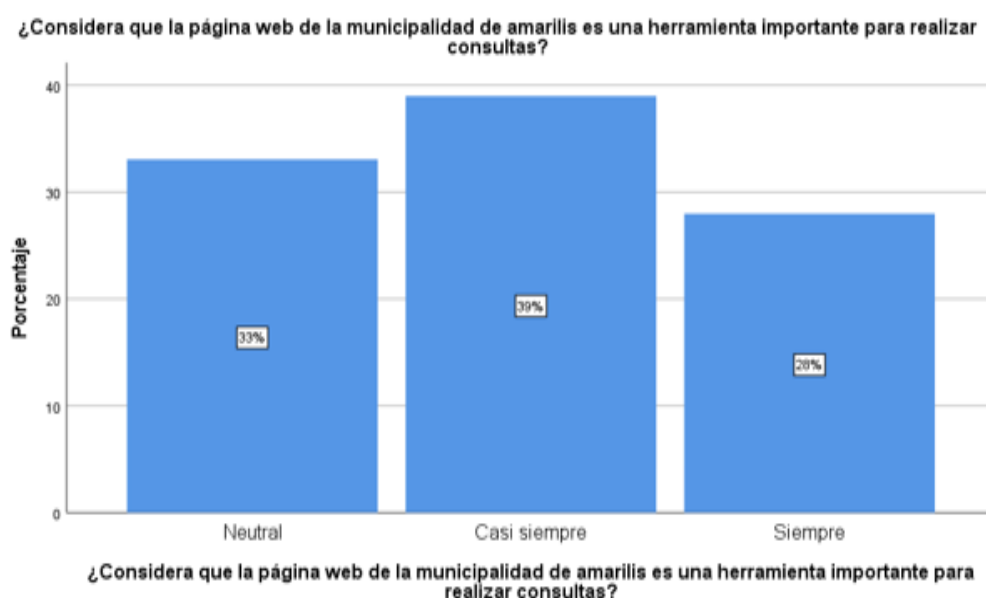
**Tabla 16**

*¿Considera que la página web de la Municipalidad de Amarilis es una herramienta importante para realizar consultas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	39	33,1	33,1	33,1
	Casi siempre	46	39,0	39,0	72,0
	Siempre	33	28,0	28,0	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 16**

*¿Considera que la página web de la Municipalidad de Amarilis es una herramienta importante para realizar consultas?*



### Interpretación

Con respecto a la Tabla 16 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “Sitio web”, y a su respectivo indicador “brinda información”, se puede observar que el 28% de usuarios respondió que la página web de la Municipalidad distrital de Amarilis siempre les sirve como una, mientras que el 39% reconoce que casi siempre, y, el otro 33% opina de manera neutral respecto al indicador en mención



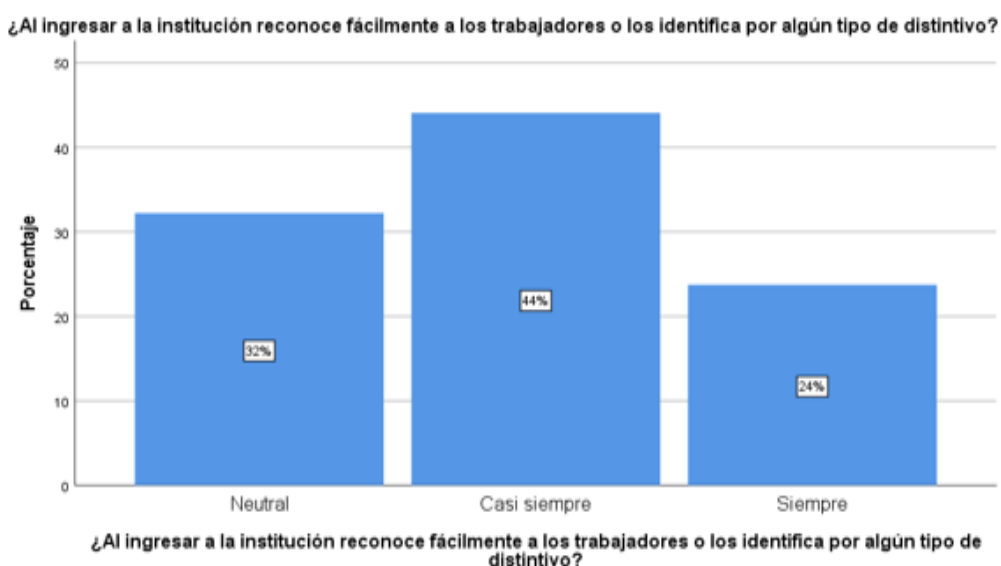
**Tabla 17**

*¿Al ingresar a la institución reconoce fácilmente a los trabajadores o los identifica por algún tipo de distintivo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	38	32,2	32,2	32,2
	Casi siempre	52	44,1	44,1	76,3
	Siempre	28	23,7	23,7	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 17**

*¿Al ingresar a la institución reconoce fácilmente a los trabajadores o los identifica por algún tipo de distintivo?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 17 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión "Brochure", y a su respectivo indicador "identificación con la institución", se puede observar que el 24% de usuarios respondió que al ingresar a la municipalidad distrital de amarilis siempre reconocen fácilmente a los trabajadores, mientras que el 44% reconoce que casi siempre reconoce fácilmente a los trabajadores, y, el otro 32% opina de manera neutral respecto al indicador en mención.

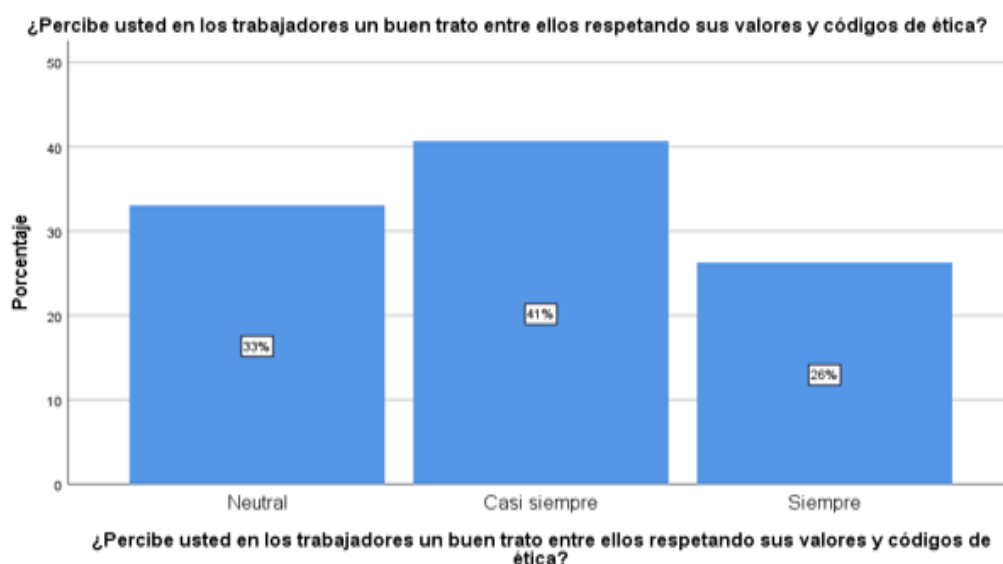
**Tabla 18**

*¿Percibe usted en los trabajadores un buen trato entre ellos respetando sus valores y códigos de ética?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	39	33,1	33,1	33,1
	Casi siempre	48	40,7	40,7	73,7
	Siempre	31	26,3	26,3	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 18**

*¿Percibe usted en los trabajadores un buen trato entre ellos respetando sus valores y códigos de ética?*



### Interpretación

Con respecto a la Tabla 18 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “valores”, y a su respectivo indicador “respeto por las normas internas de la institución”, se puede observar que el 26% de usuarios respondió que siempre perciben un buen trato en los trabajadores, mientras que el 41% reconoce que casi siempre advierten buen trato entre los trabajadores respetando sus valores y códigos de ética y, el otro 33% opina de manera neutral respecto al indicador en mención.

**Tabla 19**

*¿Conoce o a oído hablar de la historia de la Municipalidad de Amarilis?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	39	33,1	33,1	33,1
	Casi siempre	45	38,1	38,1	71,2
	Siempre	34	28,8	28,8	100,0
Total		118	100,0	100,0	

**Figura 19**

*¿Conoce o a oído hablar de la historia de la Municipalidad de Amarilis?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 19 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “historia y reputación”, y a su respectivo indicador “conocer la historia de la institución”, se puede observar que el 29% de usuarios respondió que conocen y que siempre oyen acerca de la historia de la municipalidad distrital de amarilis, mientras que el 38% reconoce que casi siempre escuchan acerca de la historia de dicha institución y, el otro 33% opina de manera neutral respecto al indicador en mención.

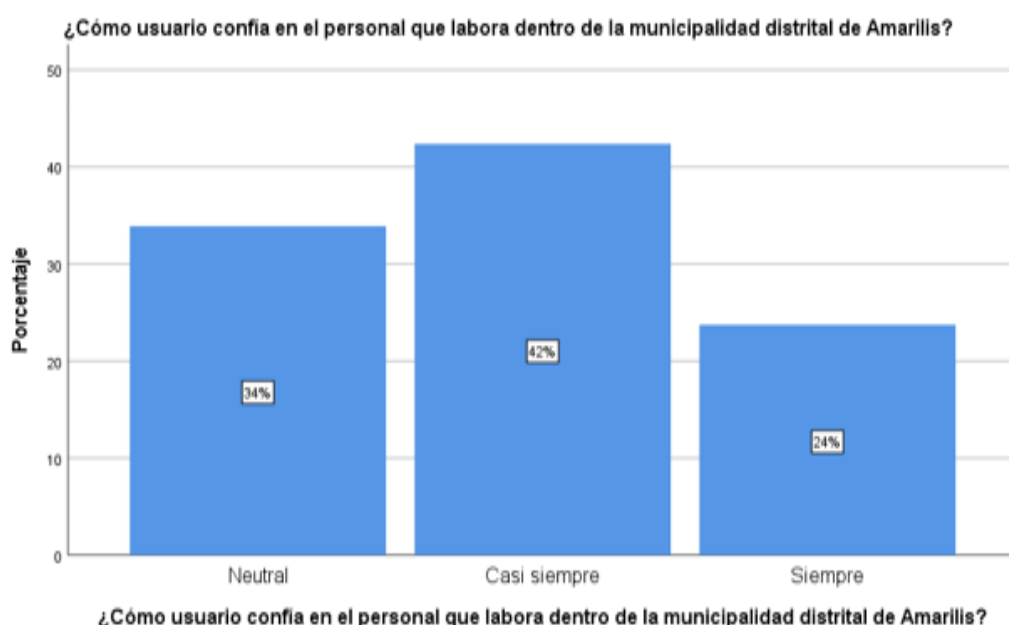
**Tabla 20**

*¿Cómo usuario confía en el personal que labora dentro de la Municipalidad distrital de Amarilis?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	40	33,9	33,9	33,9
	Casi siempre	50	42,4	42,4	76,3
	Siempre	28	23,7	23,7	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Figura 20**

*¿Cómo usuario confía en el personal que labora dentro de la Municipalidad distrital de Amarilis?*



### **Interpretación**

Con respecto a la Tabla 20 de la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llegó a la conclusión de que, con respecto a la dimensión “historia y reputación”, y a su respectivo indicador “generar reconocimiento del usuario”, se puede observar que el 24% de usuarios respondió que como usuarios confían en el personal que labora dentro de la municipalidad distrital de amarilis, mientras que el 42% reconoce que casi siempre confía en el personal de dicha institución y, el otro 34% opina de manera neutral respecto al indicador en mención.

## 4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

### 4.2.1. CONTRASTACIÓN CON LA HIPÓTESIS GENERAL

La calidad del servicio influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

**Tabla 21**

*Contrastación con la hipótesis general*

		Calidad del servicio	Imagen institucional
Calidad del servicio	Correlación de Pearson	1	,842**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	111	111
Imagen institucional	Correlación de Pearson	,842**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	111	111

### Interpretación

Según la hipótesis general se llegó a la conclusión que la calidad del servicio si influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022; esta influencia se da de manera alta de acuerdo a la correlación de Pearson (0,842), esto se encuentra evidenciado en la tabla 23, esto quiere decir, que mientras mejor sea la calidad de servicio y atención hacia sus usuarios, la percepción de la imagen de la municipalidad será positiva.

#### 4.2.2. CONTRASTACIÓN CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 1

La calidad de las interacciones influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

**Tabla 22**

*Contrastación con la hipótesis específica N° 1*

		Calidad de interacciones	Imagen institucional
Calidad de interacciones	Correlación de Pearson	1	,599**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	111	111
Imagen institucional	Correlación de Pearson	,599**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	111	111

#### Interpretación

Teniendo en cuenta la hipótesis específica N° 1, se concluye que la calidad de las interacciones si influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022; esta influencia se da de manera moderada de acuerdo a la correlación de Pearson (0,599), se encuentra evidenciado en la tabla 22; esto quiere decir que mientras las interacciones con los usuarios se den de manera correcta y efectiva, la influencia en la imagen institucional será positiva.

#### 4.2.3. CONTRASTACIÓN CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 2

La calidad de los resultados influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

**Tabla 23**

*Contrastación con la hipótesis específica N° 2*

		Calidad de los resultados	Imagen institucional
Calidad de los resultados	Correlación de Pearson	1	,486**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	111	111
Imagen institucional	Correlación de Pearson	,486**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	111	111

#### Interpretación

Teniendo en cuenta la hipótesis específica N° 2, se concluye que la calidad de los resultados si influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022; esta influencia se da de manera moderada de acuerdo a la correlación de Pearson (0,486), se encuentra evidenciado en la tabla 23; esto quiere decir que mientras los resultados de la calidad de atención con los usuarios se den de manera correcta y efectiva, la influencia en la imagen institucional será positiva.

#### 4.2.4. CONTRASTACIÓN CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 3

El ambiente físico influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco.

**Tabla 24**

*Contrastación con la hipótesis específica N°. 3*

		Ambiente físico	Imagen institucional
Ambiente físico	Correlación de Pearson	1	,747**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	111	111
Imagen institucional	Correlación de Pearson	,747**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	111	111

#### Interpretación

Según la hipótesis específica N°.3 se llegó a la conclusión que el ambiente físico si influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco; esta influencia se da de manera alta de acuerdo a la correlación de Pearson (0,747), se encuentra evidenciado en la tabla 24; esto quiere decir que los ambientes físicos de la municipalidad brindan una experiencia positiva en los usuarios, influyendo de manera efectiva y correcta en la imagen institucional.



## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

#### **5.1. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Después de un análisis detallado de las respuestas al cuestionario recibidas de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis, se llega a la siguiente discusión:

##### **5.1.1. CON LA HIPÓTESIS GENERAL**

La calidad del servicio influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

Se tomó como referente a Mora (2018), quien en su tesis titulada “Imagen institucional y la calidad de servicio de una Municipalidad Distrital de Lima 2018”, en 2018 dijo que establecieron un vínculo estadísticamente significativo y muy directo entre la imagen de las instalaciones del municipio de Lima y la calidad de los servicios. En el verano de 2018 la ciudad de Lima tuvo un alto índice de participación en cuanto a imagen corporativa y calidad de servicio y en el verano de 2018 no hubo diferencia estadística entre la ciudad de Lima en cuanto a comportamiento corporativo y calidad de servicio, hay una relación muy significativa y proporcional con Lima, pero finalmente en el 2018 encontramos una relación estadísticamente significativa y muy proporcional entre el trabajo de los servicios municipales en Lima.

A su vez, es posible tomar en cuenta las respuestas de los usuarios del Municipio de Amarilis que expresaron su opinión al respecto en la encuesta: ¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios?; respondiendo el 28% de usuarios que la Municipalidad distrital de Amarilis siempre expresa calidad de atención hacia sus usuarios, mientras que el 41% considera que casi siempre

observan que la institución manifiesta calidad de atención con ellos, y, el otro 31% opina de manera neutral frente a dicho indicador.

### **5.1.2. CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 1**

La calidad de las interacciones influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

Se tomó como referente a Atencio et al. (2019), Realiza su tesis doctoral titulada “El Uso de las Redes Sociales y su Relación con el Posicionamiento de la Imagen Corporativa del Gobierno Regional de Huánuco en el 2019”. En 2019, hubo una fuerte correlación entre el uso de las redes sociales y el estado de la imagen de marca en partes de Huánuco; por otro lado, según la opinión del mediador, la relación también es proporcional. El posicionamiento de la empresa también se logró en un 89,2% utilizando las redes sociales, según estas estadísticas, hay un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95 % para el uso de las redes sociales y la marca de Huánuco en el verano de 2019.

A su vez, es posible tomar en cuenta las respuestas de los usuarios del Municipio de Amarilis que expresaron su opinión al respecto en la encuesta: ¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios?; en donde el 28% de usuarios respondieron que la Municipalidad Distrital de Amarilis siempre expresa calidad de atención hacia sus usuarios, mientras que el 41% considera que casi siempre observan que la institución manifiesta calidad de atención con ellos, y, el otro 31% opina de manera neutral frente a dicho indicador.

### **5.1.3. CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°. 2**

La calidad de los resultados influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.

Se tomó como referente a Álvarez y Cedillo (2017), en su tesis titulada “El rol de las relaciones públicas en la comunicación, e imagen corporativa del Gobierno Municipal del Cantón Sucúa”, Los autores señalan que la comunicación institucional es una estrategia fundamental en los municipios que planifican el trabajo en equipo para construir relaciones beneficiosas con el público, mientras que en los Municipios de Sucúa, la coordinación interna y la eficacia no se consideran en la medida adecuada, ya que es necesaria para un ajuste externo razonable. ajustamiento. En cuanto al proceso, esta institución tiene serias deficiencias, mostrando que reemplaza la comunicación por la información, pero actualmente es un sistema unidireccional, y el proceso de comunicación depende de la satisfacción del beneficiario con el servicio que recibe, es una situación que afecta la imagen de tu empresa y la construye.

Un director de relaciones públicas desarrollado en la ciudad de Sucúa, donde el presupuesto limitado de la empresa y los servicios de comunicación no están incluidos cuando se comunica con el personal de relaciones públicas externo. Sigue un modelo de información común para proporcionar información actualizada a los destinatarios internos y externos mediante una comunicación unidireccional.

La comunicación con las empresas internas debe ser un pilar de la comunicación interna para lograr los objetivos del Municipio de Socúa, incluyendo siempre a todos los empleados, y participando en todas sus actividades para demostrar el trabajo en equipo. Esa práctica es decidir implementar un plan de comunicación interna bidireccional que mueva a toda la empresa en la misma dirección y se enfoque y contribuya activamente al recurso más importante de la organización: su gente. Busque soluciones colaborativas basadas en los servicios que su organización brinda a sus ciudadanos.

Por cierto, ¿es una buena experiencia para ti visitar los objetos de la Municipalidad Distrital de Amarilis? El 26% de los usuarios dijo que siempre calificó la Instalación de la Municipalidad Distrital de Amarilis como una experiencia positiva, el 40% siempre calificó como positiva la Instalación de Visitantes dentro de esa instalación, y el 34% restante afirma que valora su experiencia calificando una experiencia imparcial experiencia. Visitas proporcionadas por la instalación.

#### **5.1.4. CON LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 3**

El ambiente físico influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco.

Se tomó como referente a Cuenca (2019), en su tesis titulada “Estudio de la percepción de la imagen institucional de la universidad politécnica salesiana, Sede quito en los estudiantes de Administración de Empresas”, el autor señaló que el sistema de comunicación del Departamento de Telecomunicaciones del Instituto Politécnico Salesiano no es perfecto y que no todos los departamentos de la universidad tienen información. Utilice equipos y canales de comunicación en todo el ascensor, los médicos no tienen sentido de pertenencia y las percepciones de la identidad organizacional están distorsionadas y las actitudes de los estudiantes no son realistas, se reconocen valores como la unidad, el respeto, la honestidad y el compromiso, colaboraron con importantes santos como Don Bosco y participaron en actos religiosos, institucionales y sociales. Los factores que los becarios no aceptan son la falta de apoyo del personal y la fuerte influencia cultural en los estudiantes, los estudiantes no están sujetos a las reglas de la universidad y el campus parece una antigua escuela universitaria.

A su vez, es posible tomar en cuenta las respuestas de los usuarios del Municipio de Amarilis que expresaron su opinión al respecto en la encuesta:¿La Municipalidad de Amarilis cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario?;

respondiendo el 25% de usuarios que la Municipalidad distrital de Amarilis siempre cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario, mientras que el 42% opina que casi siempre dicha institución dispone de áreas adecuadas y el otro 33% considera que su opinión es neutral con respecto a dicho indicador.

## **CONCLUSIONES**

### **Primera conclusión**

La calidad de servicio, correspondiente de los ítems (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9) influye significativamente en la imagen institucional correspondiente los ítems (10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 y 18) de la Municipalidad Distrital de Amarilis, como se observa en la tabla N° 21, esta influencia se manifestó de manera alta de acuerdo a la correlación de Pearson (0,842), modo que las interacciones, el entorno y el resultado son relevantes al momento en que el usuario percibe cómo es que estos factores inciden en su experiencia, evidenciando una mayor confianza de parte de dicha Institución, esto quiere decir que mientras mejor sea la calidad de servicio y atención hacia sus usuarios, la percepción de la imagen de dicha institución será positiva.

### **Segunda conclusión**

De acuerdo a los ítems 1, 2 y 3 que conforman la dimensión Calidad de Interacciones, este influye significativamente con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis, ello demostrado en la tabla N° 22, esta influencia se da de manera moderada de acuerdo a la correlación de Pearson (0,599), porque hacen mención que tanto la actitud y el comportamiento de los trabajadores en cuanto a su atención cordial y positiva, influyen significativamente en la imagen institucional de la Institución, toda vez que gratifica la experiencia de los usuarios, así también se infiere que mientras las interacciones usuario – trabajador y usuario – usuario se den de manera correcta y efectiva, la influencia en la imagen institucional será positiva.

### **Tercera conclusión**

De acuerdo a los ítems 4, 5 y 6 que conforman con la dimensión Calidad de los Resultados, este influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, ello demostrado en la tabla N° 23, la influencia se manifiesta de manera moderada de acuerdo a la correlación de Pearson (0,486), por consiguiente los usuarios consideran que tanto el tiempo de atención, los recursos materiales y la información brindada

por los trabajadores de la Municipalidad es adecuada y de valía para el público.

#### **Cuarta conclusión**

De acuerdo a los ítems 7, 8 y 9 que conforman la dimensión Calidad de entorno, este influye de manera significativa en la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis, ello demostrado en la tabla N° 24, la influencia se manifiesta de manera moderada de acuerdo a la correlación de Pearson (0,486), esto quiere decir que toda vez que los usuarios perciben adecuadas condiciones ambientales, una correcta distribución en cuanto a sus instalaciones y adecuados espacios para que los usuarios puedan interactuar con los trabajadores de la Institución; afirmando que los ambientes físicos brindan una experiencia positiva en los usuarios, influyendo de manera efectiva y correcta en la imagen institucional.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda al Alcalde de la Municipalidad Distrital de Amarilis, en el corto plazo de tiempo, realizar campañas de capacitación a los trabajadores que brinden servicio directo con la ciudadanía, mejorar las tendencias de consumo, lograr servicios diferenciados y mejorar la imagen positiva del establecimiento.

Se recomienda al Alcalde de la Municipalidad Distrital de Amarilis, en el corto plazo de tiempo, Pida a sus empleados que sean educados, que den confianza y que demuestren que conocen su trabajo. Si los propios ciudadanos ven algo negativo en los aspectos anteriores, tienen una mala imagen de la institución. Y queremos lo contrario.

Se recomienda al Alcalde Municipalidad Distrital de Amarilis en el corto plazo de tiempo, que se realice un monitoreo. Puede monitorear si los empleados mantienen la confianza de las partes, para que puedan responder todas las inquietudes e inquietudes con honestidad y respeto, evitando la vergüenza de las preguntas. Una segunda recomendación del gobierno local es registrar todas las actividades de los empleados. Esto no solo nos permite monitorear mejor las necesidades de nuestros ciudadanos, sino que también nos brinda una mejor experiencia y conocimiento para brindar los servicios correctos en el momento adecuado para satisfacer sus necesidades.

El alcalde del distrito de Amarilis recomienda mejorar el estado de la infraestructura y las instalaciones a mediados de año, pues es una forma de atender las necesidades de la población y solucionar el problema de limpieza de importantes edificios comunales. Puntos de calificación de imágenes.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abascal y Esteban (2005). Análisis de encuestas. Esic editorial.
- Álvarez y Cedillo (2017). El rol de las relaciones públicas en la comunicación, e imagen corporativa del gobierno municipal del cantón Sucúa.
- Álvarez y Cedillo (2017). El rol de las relaciones públicas en la comunicación, e imagen corporativa del gobierno municipal del cantón Sucúa.
- Aniorte, N. (2013). Servicios de Calidad. Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente: [http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_gest\\_serv\\_sanit\\_4.htm](http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm)
- Arauz et al. (2022). La percepción, la cognición y la interactividad. <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/1555>
- Atencio et al. (2019). Uso de las redes sociales y su relación con el posicionamiento de la imagen corporativa del Gobierno Regional Huánuco en el 2019.
- Barrientos, C. (2002), Opinión pública y construcción de la imagen institucional.
- Baylón et al. (2019). Comunicación interna y externa en la percepción de la imagen institucional del Gobierno Regional de Huánuco-2019.
- Berry L. (2003) "Marketing en las Empresas de Servicios", Bogotá. Colombia. Grupo Editorial Norma.
- Bitner, M. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses.
- Brady, M. y Cronin J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of marketing*, 65(3), 34-49.
- CAD (2022). "Ciudadanos al Día". Boletín CAD N°. 153 — RankinCAD — Tiempo Invertido en Gestiones 2013.

- Calvo, S. (2003). Factores determinantes de la calidad percibida: Influencia en la decisión de compra. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- Castrillo (2016). UVADOC. Información Obtenido de [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/18625/TF.GN.%20562.pdf?jsessionid=3706B2E7D0F4219F300DC3012F382841?sequence= 1](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/18625/TF.GN.%20562.pdf?jsessionid=3706B2E7D0F4219F300DC3012F382841?sequence=1)
- Celestino 8: Huamán (2018). Calidad de Servicio y su relación con la Percepción de la Imagen Corporativa de los usuarios de la Municipalidad Provincial del Santa. Chimbote, 2018.
- Cháves, N. (1990). La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional.
- Chaves, N. (1990). Arbitrariedad en el diseño de identificadores institucionales. Temes de disseny.
- Costa, J. (2009) Imagen corporativa en el siglo XXI. 4ta. Edición. Buenos Aires, La crujía ediciones.
- CPP (1993). Constitución Política del Perú. Lima, Perú.
- Cuenca, M. (2017). Estudio de la percepción de la imagen institucional de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito en los estudiantes de administración de empresas (Doctoral dissertation, Tesis de Maestría). Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito).
- Díaz, J. C. (2013). Acercamiento al estudio de la Imagen Publicada: definición y casos.
- Escobar J. (2009). La comunicación corporativa. Caracas: Cid Editor
- Fernández (s/f) FACULTAD, S. C. Factores determinantes de la calidad percibida: influencia en la decisión de compra (Doctoral dissertation, universidad complutense de Madrid).
- Grijalba et al. (1996). La gestión estratégica y los conceptos de calidad percibida, satisfacción del cliente y lealtad. Economía industrial, (307), 63-74.

- Gross, M. (2010). Tipos de investigación. Recuperado el, 22(02), 2013.
- Hernández et al. (2003). Metodología de la investigación.
- Hernández, J. (2012). La difusión de un nuevo alimento: producción y consumo de leche en España, 1865-1936. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Hernández et al. (2014). Metodología de la Investigación. México: Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Herranz de la Casa, J. (2019). La comunicación y la transparencia en las organizaciones no lucrativas.
- Herrera, J. (2009). Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial. Esic Editorial.
- Iparraguirre et al. (2018). Estudio de la relación entre el uso corporativo de los medios sociales y la reputación corporativa de los gimnasios de la ciudad de Tacna. Escuela de Postgrado Neumann Business School Retrieved.
- Livia, B. (2018). El presupuesto participativo y la incidencia en la calidad de servicios públicos básicos de la Municipalidad distrital de Jacas Grande-periodo 2016.
- Manual para mejorar la atención a la ciudadanía en las entidades de la administración pública. (2015). Lima, Perú.
- Marcó et al. (2016). Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones. Universidad Nacional Arturo Jauretche. Instituto de Ciencias Sociales y Administración.
- Markovic y Raspor (2010) Measuring Perceived Service Quality Using servqual: A Case Study of the Croatian Hotel Industry
- Medrano, N. (2018). Transparencia Publica y la Imagen Institucional del Gobierno Regional de Madre de Dios, año 2018.
- Mora, E. (2020). Imagen institucional y la calidad de servicio de una Municipalidad distrital de Lima 2018.

- Murillo, W. (2008). La investigación científica. Ed Semphis, Madrid.
- Nispen V. y Fraguas M. (2012). Diccionario LID Marketing directo e interactivo. LID
- Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector Público (2019). Lima, Perú.
- Nyeck et al. (2002). 10 years of service quality measurement: reviewing the use of the SERVQUAL instrument. 7th bi-annual academic publication of Universidad ESAN, 7(13).
- Olortegui, P. (2016). Imagen institucional y calidad del servicio. Lima: San Marcos.
- Orozco, J. (2017). Satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa. Hospital Militar Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Managua, Nicaragua. Febrero 2017 (Doctoral dissertation, CIES UNAN-Managua).
- PCM (2020). Presidencia del consejo de ministros.
- Quispe, M. (2018). Relaciones públicas efectivas orientadas al mejoramiento de la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de San Agustín de Cajas.
- Rios, Q. (2009) Imagen institucional. Documentos de fuentes electrónicas de internet. Conferencia [Recuperado: 16 de marzo del 2014]. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/15909907> ÍMAGEN: INSTITUCIONAL.
- Ruiz, Y. (2013). Evaluación de la Imagen Corporativa de Organizaciones no Lucrativas Caso: Universidad Tecnológica del Chocó. Administración de Empresas.
- Salazar, H. (2005). Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias. U. Cooperativa de Colombia.
- Shafritz y Hyde (1999). Clásicos de la administración pública. Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración pública, AC Universidad Autónoma de Campeche Fondo de Cultura Económica.

- Stensaker, B. (2008). Resultados de la garantía de calidad: una discusión sobre el conocimiento, la metodología y la validez. *Calidad en la educación superior*, 14 (1), 3-13.
- Tamayo, M. (2007). *El proceso de la Investigación Científica*. Caracas. Venezuela. Editorial Limusa.
- Torres y Vásquez (2015). Modelos de evasión de la calidad del servicio caracterización y análisis. *Compendio*, 19(35), 57-76  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88043199005>
- Parasuraman et al. (1993) *Calidad de total en la gestión de servicio*. 2da Ed. Madrid: Díaz de Santos, S.A.
- Zeithaml y Parasuraman (2004). *Service Quality*. Cambridge, MI, USA: Marketing Science Institute.

### **COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

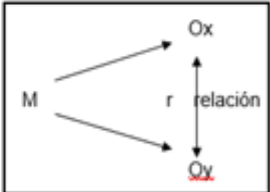
RUIZ CARNERO, E. (2023). *Calidad de servicio y su influencia en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis- Huánuco, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

#### TITULO: CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRICTAL DE AMARILIS- HUÁNUCO, 2022

PROBLEMÁTICA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema general</b> ¿Cómo influye la calidad del servicio con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar cómo influye la calidad del servicio en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> La calidad del servicio influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.</p>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p style="text-align: center;">Calidad del servicio</p> <p>Calidad de interacciones Calidad de resultados Ambiente físico</p>	<p>Tipo: Aplicado</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Alcance: Descriptivo-Correlacional</p> <p>Diseño:</p>
<p><b>Problemas específicos</b> ¿Cómo influye la calidad de las interacciones con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022?</p>	<p><b>Objetivos específicos</b> Determinar cómo influye la calidad de las interacciones en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022</p>	<p><b>Hipótesis específica</b> La calidad de las interacciones influye significativamente en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2022.</p>	<p><b>Variable dependiente</b></p> <p style="text-align: center;">Imagen institucional</p> <p>Marca Logo Slogan Sitio web Brochure Valores Historia y reputación</p>	<p style="text-align: center;">  </p> <p>Población y Muestra</p> <p>Población = 111 usuarios</p> <p>Muestra Por conveniencia = 111</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>

## ANEXO 2 INSTRUMENTO



**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**

ESCUELA DE POST GRADO

**MAESTRÍA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL  
DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE AMARILIS- HUÁNUCO, 2022  
PERCIBIDA DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DE AMARILIS-**

**Instrucciones:** Marque con un aspa (X) según corresponda en casa ítem, no existen respuestas buenas ni malas, debe contestar todas las preguntas, según la siguiente escala:

**HUÁNUCO, 2022**

RESPUESTAS	VALORACIÓN
Siempre	100%
Casi siempre	60% - 90%
Neutral	50%
Casi nunca	40% - 10%
Nunca	0%

N°	ITEM	1	2	3	4	5
	<b>Calidad de servicios</b>					
1	¿Considera que fue atendido con un actitud cordial y respetuosa por parte de los trabajadores de la Municipalidad?					
2	¿Cree usted los trabajadores de la Municipalidad tienen un comportamiento correcto hacia los usuarios?					
3	¿Considera como una experiencia positiva la visita a las instalaciones de la Municipalidad distrital de Amarilis?					
4	¿Considera que el tiempo de atención es el adecuado?					



5	¿La percepción de recursos materiales que posee la Municipalidad distrital es la más apropiada?					
6	¿El servicio brindado por los trabajadores de la Municipalidad de Amarilis son de valía para los usuarios?					
7	¿Las condiciones ambientales que posee la Municipalidad distrital de Amarilis son apropiadas para la recepción ellos usuarios visitantes a la Municipalidad distrital?					
8	¿El diseño de las instalaciones de la Municipalidad de Amarilis es de su agrado y cuentas con las señalizaciones correspondientes?					
9	¿La Municipalidad de Amarilis cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario?					
<b>Imagen institucional</b>						
10	¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios?					
11	¿Se siente identificado con el escudo de la Municipalidad distrital de Amarilis?					
12	¿Se siente identificado con el eslogan que promueve la Municipalidad distrital de Amarilis?					
13	¿Ha visitado la página web de la Municipalidad por lo menos una vez?					
14	¿Considera que la página web de la Municipalidad de Amarilis es una herramienta importante para realizar consultas?					
15	¿Al ingresar a la institución reconoce fácilmente a los trabajadores o los identifica por algún tipo de distintivo?					
16	¿Percibe usted en los trabajadores un buen trato entre ellos respetando sus valores y códigos de ética?					
17	¿Conoce o a oído hablar de la historia de la Municipalidad de Amarilis?					
18	¿Cómo usuario confía en el personal que labora dentro de la Municipalidad distrital de Amarilis?					

# ANEXO 3

## TABULACIÓN DE DATOS

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Número	Nombre	Tipo	An.	D.	Etiqueta	Valores	Perdíd.	Col.	Alineación	Medid.
1	P1	Nu...	8	0	¿Considera que fue atendido con un actitud cordial y respetuosa por parte de los trabajadores de la municipalidad?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
2	P2	Nu...	8	0	¿Cree usted los trabajadores de la municipalidad tienen un comportamiento correcto hacia los usuarios?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
3	P3	Nu...	8	0	¿Considera como una experiencia positiva la visita a las instalaciones de la municipalidad distrital de amarilis?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
4	P4	Nu...	8	0	¿Considera que el tiempo de atención es el adecuado?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
5	P5	Nu...	8	0	¿La percepción de recursos materiales que posee la municipalidad distrital es la más apropiada?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
6	P6	Nu...	8	0	¿El servicio brindado por los trabajadores de la municipalidad de Amarilis son de valia para los usuarios?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
7	P7	Nu...	8	0	¿Las condiciones ambientales que posee la municipalidad distrital de Amarilis son apropiadas para la recepción ellos usuarios visitantes a la municipalidad distrital?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
8	P8	Nu...	8	0	¿El diseño de las instalaciones de la municipalidad de amarilis es de su agrado y cuentas con las señalizaciones correspondientes?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
9	P9	Nu...	8	0	¿La municipalidad de amarilis cuenta con espacios para una mejor interacción entre el trabajador y el usuario?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
10	P10	Nu...	8	0	¿La institución expresa calidad de atención hacia los usuarios?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
11	P11	Nu...	8	0	¿Se siente identificado con el escudo de la municipalidad distrital de Amarilis?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
12	P12	Nu...	8	0	¿Se siente identificado con el eslogan que promueve la municipalidad distrital de Amarilis?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
13	P13	Nu...	8	0	¿Ha visitado la página web de la municipalidad por lo menos una vez?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
14	P14	Nu...	8	0	¿Considera que la página web de la municipalidad de amarilis es una herramienta importante para realizar consultas?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
15	P15	Nu...	8	0	¿Al ingresar a la institución reconoce fácilmente a los trabajadores o los identifica por algún tipo de distintivo?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
16	P16	Nu...	8	0	¿Percibe usted en los trabajadores un buen trato entre ellos respetando sus valores y códigos de ética?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
17	P17	Nu...	8	0	¿Conoce o a oído hablar de la historia de la municipalidad de Amarilis?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
18	P18	Nu...	8	0	¿Cómo usuario confía en el personal que labora dentro de la municipalidad distrital de Amarilis?	(1, Nunca... Ninguna 8				Ordin...
19	V1	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Esca...
20	V2	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Esca...
21	D1V1	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...
22	D2V1	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...
23	D3V1	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...
24	D2V2	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...
25	D3V2	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...
26	D4V2	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...
27	D5V2	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...
28	D6V2	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...
29	D7V2	Nu...	8	0		Ninguna	Ninguna 10			Nom...

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicoide ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P1 3

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicoide ON

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	3	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
2	5	3	5	3	3	4	4	5	4	4	5	5	3	3	5	4	4
3	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5
4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	5	4
5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5
6	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	3	3	3
7	3	5	5	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4	3	5	4	3
8	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4
9	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	3	3	3	4	4
10	5	3	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	5	3	4
11	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	5	4
12	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
13	5	4	3	4	3	4	3	5	4	5	3	3	4	4	4	5	3
14	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5
15	4	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	4	5	3	5	4
16	3	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3
17	5	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	4	4	4	3	5	3
18	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	5	3
19	4	4	5	4	4	5	5	3	3	5	4	4	3	4	4	3	3
20	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4
21	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	5	4	5	5	5	4	5
22	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3
23	5	4	5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5
24	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	4
25	5	4	3	5	3	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	4	3
26	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	5
27	5	4	3	3	3	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P1 3

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
27	5	4	3	3	3	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4
28	3	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	5	3	4	3	5
29	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4
30	5	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
31	4	5	4	3	5	5	3	4	5	3	5	4	3	4	4	4	4
32	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3
33	3	3	4	5	3	3	4	3	4	4	3	5	3	4	4	3	4
34	4	5	3	3	5	3	3	3	4	3	5	4	3	5	3	3	3
35	3	4	3	5	3	3	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	4
36	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	5	5	5	3	5	4	5
37	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	5	4	3	4
38	5	5	3	5	4	4	4	5	3	4	3	5	5	3	3	5	3
39	4	3	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	3
40	3	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
41	5	3	4	4	3	5	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
42	4	3	4	3	5	4	3	5	4	3	3	3	4	5	4	5	3
43	5	3	5	4	5	3	3	3	5	3	4	4	5	3	5	3	4
44	4	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	5
45	3	4	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	3	5	3	3	4
46	4	5	3	3	3	5	4	3	4	4	3	5	4	5	3	3	3
47	3	3	3	4	5	4	5	3	3	5	5	4	3	5	3	5	3
48	4	5	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	4	3	4
49	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	5	3	3	5	4	3
50	4	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4
51	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3	5	5	3	3	3	3
52	4	4	3	4	4	3	3	5	3	3	5	4	4	4	4	5	5
53	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P1 3

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
53	3	5	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
54	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	4	5	5
55	3	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	3	4
56	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	5
57	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	3	3
58	4	4	3	5	3	4	3	4	3	3	4	5	3	4	4	5	4
59	5	3	5	4	3	3	4	3	5	4	5	5	5	4	3	4	5
60	3	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4
61	3	5	4	3	5	3	5	3	3	5	5	3	5	3	4	3	5
62	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	3
63	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	5	5	4	3	4
64	5	5	3	4	3	5	4	4	5	4	3	4	3	5	3	5	3
65	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4
66	3	3	4	3	3	5	3	4	3	3	6	5	5	4	4	5	5
67	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4
68	3	3	4	3	3	4	5	5	3	5	5	3	5	5	4	5	5
69	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	4
70	3	4	3	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	3	4	5
71	5	5	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4
72	4	4	5	5	3	3	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4	3
73	3	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	4	4	5	5
74	5	3	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	5	3	4
75	4	4	3	4	5	4	3	5	5	3	4	3	5	3	3	4	4
76	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5
77	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	5	5	3	3	4	3
78	3	5	4	3	4	5	3	3	4	3	4	3	4	5	4	3	3
79	3	3	3	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	5	5

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 30 de 30 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
80	5	4	5	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5
81	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	3	4	5	3	5
82	5	4	3	4	5	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4
83	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	3	5	4	3
84	3	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
85	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3	5	3	4	5	3	4	3
86	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4
87	4	5	3	5	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	5	3
88	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3
89	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	3	5	3	5	3	5	3
90	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	3
91	4	3	3	3	5	4	4	5	4	3	4	4	3	5	3	4	4
92	3	4	4	5	4	3	4	4	3	5	3	5	5	4	4	5	5
93	4	3	5	5	3	4	3	3	4	3	5	4	5	5	3	4	3
94	3	4	4	5	4	3	3	4	5	5	3	5	5	3	4	3	5
95	5	4	3	4	3	4	5	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4
96	4	4	5	3	4	5	4	4	3	5	5	4	3	3	4	3	5
97	5	4	3	5	3	4	5	3	4	4	5	5	5	3	5	4	4
98	4	4	5	3	4	3	4	3	5	5	4	3	3	5	4	3	3
99	5	4	5	4	5	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4
100	3	4	5	3	4	4	5	4	3	4	3	3	3	5	4	5	3
101	4	4	4	5	3	3	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4
102	5	3	3	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
103	4	3	5	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	4
104	5	5	3	3	5	4	4	3	5	3	3	3	3	4	3	4	4
105	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	5	5	4
106	4	5	3	3	5	3	4	5	3	3	5	4	3	5	4	4	5

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 30 de 30 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
107	3	3	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	3
108	4	3	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4
109	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3
110	4	5	3	3	5	5	3	4	5	3	3	5	3	4	5	4	4
111	3	5	4	5	3	3	3	5	4	3	4	3	3	4	3	3	5
112	4	3	3	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	3	4	3	5
113	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	4	4	5	5	3
114	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5
115	5	5	4	5	3	3	3	3	4	5	3	4	4	3	4	3	5
116	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	5
117	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5	3	4	5	4	4	3	5
118	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4
119																	
120																	
121																	
122																	
123																	
124																	
125																	
126																	
127																	
128																	
129																	
130																	
131																	
132																	
133																	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 30 de 30 variables

		P18	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D2V2	D3V2	D4V2	D5V2	D6V2	D7V2	D1V2	var	var
1	5	4	37	39	10	13	14	4	4	9	4	4	9	5		
2	4	3	36	36	13	10	13	5	5	6	5	4	7	4		
3	5	3	34	34	12	13	9	3	4	8	4	4	8	3		
4	4	5	36	35	10	12	14	4	3	6	3	5	9	5		
5	5	4	39	35	15	13	11	3	4	8	4	3	9	4		
6	3	3	37	31	11	13	13	3	3	8	3	3	6	5		
7	3	4	34	35	13	11	10	4	5	7	5	4	7	3		
8	4	5	38	38	13	12	13	4	4	9	4	3	9	5		
9	4	3	34	34	13	9	12	5	5	6	3	4	7	4		
10	4	4	36	34	12	13	11	3	4	8	5	3	9	3		
11	4	3	37	34	11	12	14	4	3	6	4	5	7	5		
12	3	4	38	34	12	14	12	3	4	8	4	4	7	4		
13	3	3	35	34	12	11	12	3	3	8	4	5	6	5		
14	5	5	36	39	12	11	13	5	4	7	5	4	10	4		
15	4	4	37	37	12	12	13	4	3	9	3	5	8	5		
16	3	3	34	29	11	11	12	3	4	7	3	3	6	3		
17	3	5	33	37	11	10	12	5	3	8	3	5	8	5		
18	3	4	40	37	13	14	13	4	5	7	5	5	7	4		
19	3	4	37	34	13	13	11	4	4	7	4	3	7	5		
20	4	4	30	36	9	9	12	4	5	6	4	5	8	4		
21	5	5	36	41	13	14	9	5	4	10	5	4	10	3		
22	3	3	33	35	10	11	12	3	5	8	4	5	6	4		
23	5	4	37	33	14	12	11	3	3	6	5	4	9	3		
24	4	3	35	35	11	13	11	3	4	10	4	3	7	4		
25	3	3	35	32	12	12	11	3	5	8	3	4	6	3		
26	5	5	32	37	12	10	10	3	4	9	4	3	10	4		
27	4	4	34	35	12	11	11	3	5	8	3	4	8	4		

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 30 de 30 variables

		P18	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D2V2	D3V2	D4V2	D5V2	D6V2	D7V2	D1V2	var	var
28	5	3	34	34	11	11	12	4	3	8	4	3	8	4		
29	4	5	32	36	10	10	12	5	4	7	3	4	9	4		
30	3	4	33	30	12	11	10	3	3	6	4	4	7	3		
31	4	4	38	35	13	13	12	5	4	7	4	4	8	3		
32	3	4	37	33	13	11	13	4	3	6	4	4	7	5		
33	4	5	32	35	10	11	11	3	5	7	4	3	9	4		
34	3	3	33	32	12	11	10	5	4	8	3	3	6	3		
35	4	3	36	35	10	11	15	4	3	8	3	5	7	5		
36	5	3	36	39	13	12	11	5	5	8	5	4	8	4		
37	4	3	31	34	11	10	10	4	4	8	4	3	7	4		
38	3	3	38	34	13	13	12	3	5	8	3	5	6	4		
39	4	3	38	38	12	14	12	4	4	9	5	4	7	5		
40	3	4	31	31	10	11	10	3	3	7	4	4	7	3		
41	4	5	34	37	12	12	10	4	4	9	4	4	9	3		
42	3	3	35	33	11	12	12	3	3	9	4	5	6	3		
43	4	5	36	36	13	12	11	4	4	8	5	3	9	3		
44	5	4	32	33	10	13	9	5	3	7	3	3	9	3		
45	4	3	33	32	10	12	11	4	4	8	3	3	7	3		
46	3	5	34	35	12	11	11	3	5	9	3	3	8	4		
47	5	4	33	39	9	13	11	5	4	8	5	3	9	5		
48	4	5	34	34	12	11	11	4	3	8	4	3	9	3		
49	3	4	35	35	10	12	13	3	5	6	5	4	7	5		
50	4	3	34	36	11	9	14	4	3	9	4	5	7	4		
51	3	4	41	34	15	14	12	3	5	8	3	3	7	5		
52	5	3	33	37	11	11	11	5	4	8	4	5	8	3		
53	4	4	35	33	13	10	12	4	4	6	3	4	8	4		
54	5	3	36	40	13	14	9	5	5	10	4	5	8	3		

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON



ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Etiquetas Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P1 3 Visible: 30 de 30 variables

	P18	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D2V2	D3V2	D4V2	D5V2	D6V2	D7V2	D1V2	var	var
55	4	4	36	34	11	11	14	4	3	8	3	3	8	5	
56	5	5	35	36	12	12	11	5	3	6	4	4	10	4	
57	3	4	39	36	11	14	14	3	5	9	5	3	7	4	
58	4	3	33	35	11	12	10	4	5	7	4	5	7	3	
59	5	5	35	40	13	10	12	5	5	9	3	4	10	4	
60	4	4	36	37	11	14	11	4	4	9	5	4	8	3	
61	5	3	34	36	12	11	11	5	3	8	4	3	8	5	
62	3	4	39	33	12	14	13	3	5	7	3	4	7	4	
63	4	3	37	36	12	13	12	4	3	10	4	3	7	5	
64	3	5	38	35	13	12	13	3	4	8	3	5	8	4	
65	4	4	41	38	13	14	14	4	3	9	5	4	8	5	
66	5	5	31	41	10	11	10	5	5	9	4	5	10	3	
67	3	4	36	34	14	11	11	3	4	7	5	4	7	4	
68	5	5	33	42	10	10	13	5	3	10	4	5	10	5	
69	4	3	40	34	14	14	12	4	5	6	5	3	7	4	
70	5	4	34	38	10	13	11	5	4	8	3	4	9	5	
71	4	5	37	35	14	12	11	4	4	6	4	5	9	3	
72	3	4	36	37	13	11	12	3	5	9	5	4	7	4	
73	5	5	36	38	12	12	12	4	3	9	4	5	10	3	
74	4	3	35	32	13	11	11	3	3	7	5	3	7	4	
75	4	4	37	33	11	13	13	4	3	8	3	4	8	3	
76	5	3	38	35	13	12	13	3	4	8	4	3	8	5	
77	3	4	36	35	12	12	12	4	5	8	3	4	7	4	
78	3	5	34	34	12	12	10	4	3	9	4	3	8	3	
79	5	3	34	39	9	13	12	4	5	7	5	5	8	5	
80	5	5	39	38	14	11	14	4	4	9	3	4	10	4	
81	5	4	37	37	12	12	13	3	5	7	5	3	9	5	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicoe ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Etiquetas Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P1 3 Visible: 30 de 30 variables

	P18	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D2V2	D3V2	D4V2	D5V2	D6V2	D7V2	D1V2	var	var
82	4	5	38	38	12	12	14	3	4	9	4	5	9	4	
83	3	4	36	33	14	12	10	5	3	6	5	4	7	3	
84	5	3	35	37	10	12	13	4	4	8	4	5	8	4	
85	3	4	34	34	15	10	9	5	3	9	3	4	7	3	
86	4	3	34	34	11	12	11	3	4	10	3	3	7	4	
87	3	4	38	34	12	12	14	3	3	8	5	5	7	3	
88	3	5	33	38	11	12	10	5	4	9	4	4	8	4	
89	4	4	39	37	11	14	14	5	3	8	5	3	8	5	
90	3	5	33	38	12	10	11	5	5	7	4	5	8	4	
91	4	4	35	34	10	12	13	4	4	8	3	4	8	3	
92	5	3	34	39	11	12	11	3	5	9	4	5	8	5	
93	3	4	34	36	12	12	10	5	4	10	3	4	7	3	
94	5	3	35	36	11	12	12	3	5	8	4	3	8	5	
95	4	4	36	35	12	11	13	3	3	8	5	4	8	4	
96	5	3	36	35	13	12	11	5	4	6	4	3	8	5	
97	4	4	36	39	12	12	12	5	5	8	5	4	8	4	
98	3	5	33	37	13	10	10	5	4	8	4	3	8	5	
99	4	4	37	35	14	12	11	4	5	8	3	4	8	3	
100	3	3	35	33	12	11	12	3	3	8	4	5	6	4	
101	4	4	37	38	12	11	14	5	4	9	3	4	8	5	
102	3	5	37	32	11	13	13	3	3	7	4	3	8	4	
103	4	4	35	37	12	11	12	4	4	8	3	5	8	5	
104	4	5	37	31	13	12	12	3	3	6	4	3	9	3	
105	4	4	33	38	11	12	10	5	4	7	5	5	8	4	
106	5	3	35	36	12	11	12	5	4	8	4	4	8	3	
107	3	4	37	37	11	11	15	4	3	9	3	4	7	4	
108	4	3	38	37	11	15	12	5	4	9	4	4	7	4	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicoe ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Librerías Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P1 3

Visible: 30 de 30 variables

		P18	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D2V2	D3V2	D4V2	D5V2	D6V2	D7V2	D1V2	var	var
103	4	4	35	37	12	11	12	4	4	8	3	5	8	5		
104	4	5	37	31	13	12	12	3	3	6	4	3	9	3		
105	4	4	33	38	11	12	10	5	4	7	5	5	8	4		
106	5	3	35	36	12	11	12	5	4	8	4	4	8	3		
107	3	4	37	34	11	11	15	4	3	9	3	4	7	4		
108	4	3	36	37	11	15	12	5	4	9	4	4	7	4		
109	3	4	36	33	12	12	12	4	4	7	3	4	7	4		
110	4	3	37	35	12	13	12	3	3	8	4	5	7	5		
111	5	4	35	32	12	11	12	4	3	7	3	3	9	3		
112	5	5	37	36	10	14	13	4	3	8	4	3	10	4		
113	3	4	33	37	12	11	10	5	4	8	5	5	7	3		
114	5	4	36	37	11	12	13	4	5	7	4	4	9	4		
115	3	4	34	34	14	11	9	5	3	8	3	4	7	4		
116	5	4	39	36	13	13	13	4	4	9	3	3	9	4		
117	5	3	33	36	10	13	10	3	4	9	4	3	8	5		
118	4	3	35	32	12	10	13	4	5	6	3	4	7	3		
119																
120																
121																
122																
123																
124																
125																
126																
127																
128																
129																

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ELOY.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Librerías Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P1 3

Visible: 30 de 30 variables

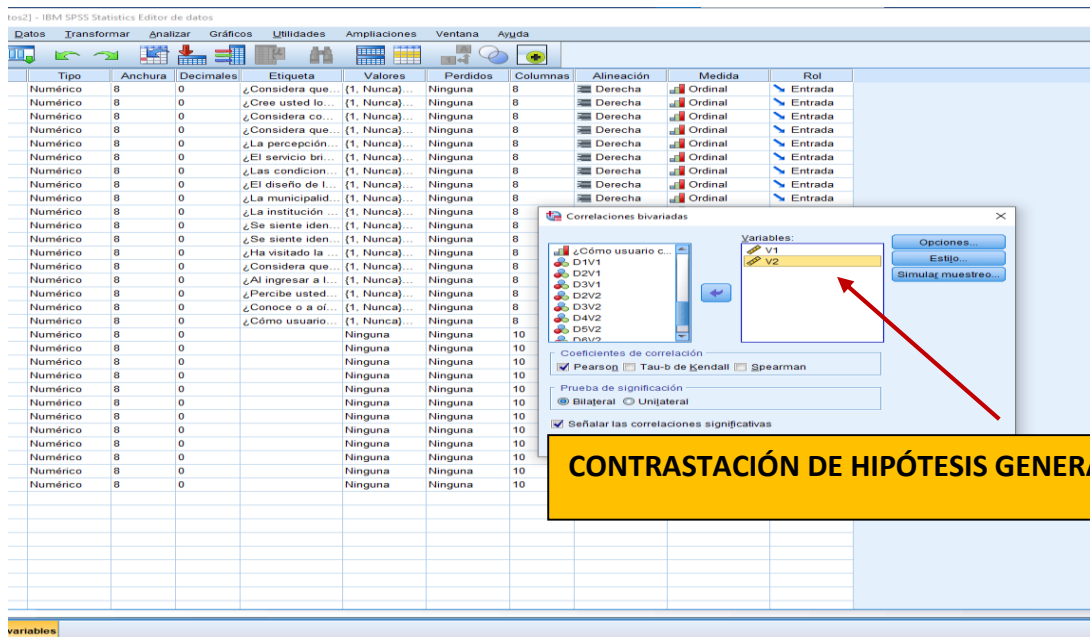
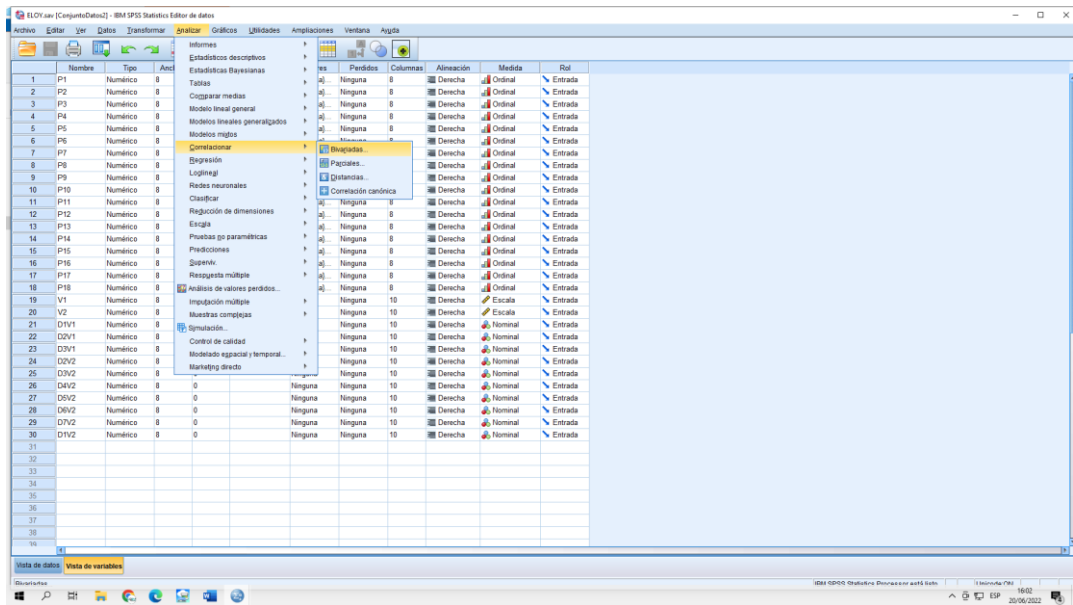
		P18	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D2V2	D3V2	D4V2	D5V2	D6V2	D7V2	D1V2	var	var
103	4	4	35	37	12	11	12	4	4	8	3	5	8	5		
104	4	5	37	31	13	12	12	3	3	6	4	3	9	3		
105	4	4	33	38	11	12	10	5	4	7	5	5	8	4		
106	5	3	35	36	12	11	12	5	4	8	4	4	8	3		
107	3	4	37	34	11	11	15	4	3	9	3	4	7	4		
108	4	3	36	37	11	15	12	5	4	9	4	4	7	4		
109	3	4	36	33	12	12	12	4	4	7	3	4	7	4		
110	4	3	37	35	12	13	12	3	3	8	4	5	7	5		
111	5	4	35	32	12	11	12	4	3	7	3	3	9	3		
112	5	5	37	36	10	14	13	4	3	8	4	3	10	4		
113	3	4	33	37	12	11	10	5	4	8	5	5	7	3		
114	5	4	36	37	11	12	13	4	5	7	4	4	9	4		
115	3	4	34	34	14	11	9	5	3	8	3	4	7	4		
116	5	4	39	36	13	13	13	4	4	9	3	3	9	4		
117	5	3	33	36	10	13	10	3	4	9	4	3	8	5		
118	4	3	35	32	12	10	13	4	5	6	3	4	7	3		
119																
120																
121																
122																
123																
124																
125																
126																
127																
128																
129																

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

# ANEXO 4

## CORRELACIÓN PARA LA CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS









## ANEXO 5

### RESULTADOS DE LA CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

#### HIPÓTESIS GENERAL

		Calidad del servicio	Imagen institucional
Calidad del servicio	Correlación de Pearson	1	,842**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	111	111
Imagen institucional	Correlación de Pearson	,842**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	111	111

*Nota:* La influencia de la calidad de servicio en la imagen institucional, según la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis.

*Fuente:* SPSS-26.

#### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

		Calidad de interacciones	Imagen institucional
Calidad de interacciones	Correlación de Pearson	1	,599**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	111	111
Imagen institucional	Correlación de Pearson	,599**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	111	111

*Nota:* La calidad de interacciones de la calidad de servicio en la imagen institucional, según la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis.

*Fuente:* SPSS-26.

#### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

		Calidad de los resultados	Imagen institucional
Calidad de los resultados	Correlación de Pearson	1	,486**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	111	111

Imagen institucional	Correlación de Pearson	,486**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	111	111

*Nota:* La calidad de resultados de la calidad de servicio en la imagen institucional, según la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis.

*Fuente:* SPSS-26.

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

	Ambiente físico	Imagen institucional
Ambiente físico	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,747**
	N	111
Imagen institucional	Correlación de Pearson	,747**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	111

*Nota:* El ambiente físico de la calidad de servicio en la imagen institucional, según la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Amarilis.

*Fuente:* SPSS-26.