

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**

**Escuela de Posgrado**

**MAESTRÍA EN GERENCIA PÚBLICA**

**CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL  
DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS  
BUSTAMANTE Y RIVERO-AREQUIPA, 2022**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**RAFAEL ROMERO CARAZAS**

**Para optar el Grado Académico de:  
MAESTRO EN CIENCIAS (*MAGISTER SCIENTIAE*) CON  
MENCIÓN EN GERENCIA PÚBLICA**

**TACNA – PERÚ**

**2023**

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA  
ESCUELA DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN GERENCIA PÚBLICA**

**CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO-  
AREQUIPA, 2022**

Tesis sustentada y aprobada el 23 de enero del 2023, estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE :



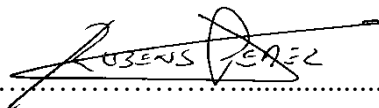
Dr. Felipe Yony Gómez Cáceres

SECRETARIO :



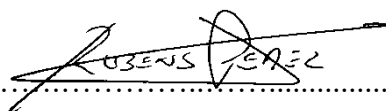
Mgr. Ángel Fabián Reto Quintanilla

MIEMBRO :



Dr. Rubens Houson Pérez Mamani

ASESOR :



Dr. Rubens Houson Pérez Mamani



Similarity Report ID: oid:23228:180420787

PAPER NAME

TESIS FINAL.docx

AUTHOR

RAFAEL ROMERO CARAZAS

WORD COUNT

16509 Words

CHARACTER COUNT

95561 Characters

PAGE COUNT

94 Pages

FILE SIZE

4.1MB

SUBMISSION DATE

Nov 14, 2022 8:10 PM GMT-5

REPORT DATE

Nov 14, 2022 8:22 PM GMT-5

**● 7% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 7% Internet database
- 0% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 3% Submitted Works database

**● Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 15 words)

Asesor de Tesis

DNI 007910893

Dr. Ruben H. Pérez Tamani

## **DEDICATORIA**

A mis hijos Dominick y Fernando porque ellos son el motivo de continuar estudiando.

A mi Marilyn porque siempre me motivó a continuar en mi vida profesional.

A mis padres Irene y Rafael porque ellos me inspiraron a seguir mis estudios de  
posgrado.

## **AGRADECIMIENTOS**

A los docentes de la Universidad por compartir todos sus conocimientos y experiencias con nosotros sus alumnos.

A mi asesor de tesis quien en todo momento me brindó ayuda; su compromiso conmigo por hacer las cosas bien, remarcan mi sincera gratitud.

A todos mis amigos y compañeros de la maestría por siempre estar ahí para cualquier eventualidad, siempre los tendré presente en mi corazón.

Rafael

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	13
<b>CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>15</b>
1.1 Descripción de la Realidad Observada	15
1.2 Formulación del Problema	17
1.2.1 Problema General	17
1.2.2 Problemas Específicos	17
1.3 Justificación de la Investigación	17
1.4 Objetivos	18
1.4.1 Objetivo General	18
1.4.2 Objetivos Específicos	18
1.5 Hipótesis	19
1.5.1 Hipótesis General	19
1.5.2. Hipótesis Específicas	19
1.6 Alcances y Limitaciones de la Investigación	19
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO</b>	<b>21</b>
2.1 Antecedentes	21
2.1.1 Antecedentes Internacionales	21
2.1.2 Antecedentes Nacionales	22
2.1.3 Antecedentes Locales	23
2.2 Bases Teóricas	24
2.2.1 Marco Epistemológico	24
2.2.2 Conceptualización de Servicio y sus Características	24

2.2.3	Conceptualización de Calidad de Servicio	26
2.2.4	Particularidades de la Calidad del Servicio	27
2.2.5	Modelamientos de Valoración de Calidad de Servicio	27
2.2.6	Modelamiento de Diferencias de la Calidad del Servicio	30
2.2.7	La Calidad del Servicio en el Sector Público	32
2.2.8	Definición de Imagen Institucional	33
2.2.9	Aproximación a la Conceptualización de Imagen	34
2.2.10	Ventajas de la Imagen Institucional	35
2.2.11	Diferencias entre la Imagen Institucional e Identidad Corporativa	36
2.2.12	Dimensiones de la Imagen Institucional	36
2.2.13	La Imagen Institucional en el Sector Público	38
2.3	Conceptos Claves	40
<b>CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>		42
3.1.	Tipo y Nivel de Investigación	42
3.1.1.	Tipo de Investigación	42
3.1.2.	Nivel de Investigación	42
3.1.3	Diseño de Investigación	43
3.2.	Cuadro de Operacionalización de Variables	43
3.3.	Población y Muestra	46
3.3.1	Unidad de Análisis	46
3.3.2	Población	46
3.3.3	Muestra	46
3.4	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	46
3.5	Estrategia para la Recolección de Datos	46
3.6	Procesamiento de la Información y Métodos Estadísticos de Análisis de Datos	47
3.7	Instrumentos, Equipos Materiales e Insumos	47
<b>CAPÍTULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>		48
4.1.	Análisis Descriptivo	48

4.1.1 Resultado de la Variable “Calidad de Servicio”	48
4.1.2 Resultados de la Variable “Imagen Institucional”	56
4.2. Análisis Inferencial	61
4.2.1 Comprobación de Hipótesis General	61
4.2.2 Comprobación de Hipótesis Específicas	62
4.2.2.1 Hipótesis Específica 1	62
4.2.2.2 Hipótesis Específica 2	63
4.2.2.3 Hipótesis Específica 3	64
4.2.2.4 Hipótesis Específica 4	65
4.2.2.5 Hipótesis Específica 5	66
DISCUSIONES	67
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
ANEXOS	80

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1</b> <i>Matriz de Operacionalización de Variables</i>	45
<b>Tabla 2</b> <i>Dimensión Confiabilidad de la Variable “Calidad de Servicio”</i>	48
<b>Tabla 3</b> <i>Dimensión Capacidad de Respuesta de la Variable “Calidad de Servicio”</i>	50
<b>Tabla 4</b> <i>Dimensión Seguridad de la Variable “Calidad de Servicio”</i>	51
<b>Tabla 5</b> <i>Dimensión Empatía de la Variable “Calidad de Servicio”</i>	52
<b>Tabla 6</b> <i>Dimensión Tangibilidad de la Variable “Calidad de Servicio”</i>	54
<b>Tabla 7</b> <i>Análisis General de la Variable “Calidad de Servicio”</i>	55
<b>Tabla 8</b> <i>Dimensión Identidad Institucional de la Variable “Imagen Institucional”</i>	56
<b>Tabla 9</b> <i>Dimensión Comunicación Institucional de la Variable “Imagen Institucional”</i>	59
<b>Tabla 10</b> <i>Dimensión Realidad Institucional de la Variable “Imagen Institucional”</i>	59
<b>Tabla 11</b> <i>Análisis General Descriptivo de la Variable “Imagen Institucional”</i>	60
<b>Tabla 12</b> <i>Contraste de la Hipótesis General</i>	61
<b>Tabla 13</b> <i>Contraste de Hipótesis Específica 1</i>	62
<b>Tabla 14</b> <i>Contraste de Hipótesis Específica 2</i>	63
<b>Tabla 15</b> <i>Contraste de Hipótesis Específica 3</i>	64
<b>Tabla 16</b> <i>Contraste de Hipótesis Específica 4</i>	65
<b>Tabla 17</b> <i>Contraste de Hipótesis Específica 5</i>	66

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Particularidades del servicio</i>	25
<b>Figura 2</b> <i>Juicios de cotejo de modelamientos para valorar la calidad de servicio</i>	28
<b>Figura 3</b> <i>Dimensiones para valorar la calidad de servicio (diversos modelamientos)</i>	29
<b>Figura 4</b> <i>Modelamiento de diferencias de la calidad de servicio</i>	31
<b>Figura 5</b> <i>Factores de calidad de servicio</i>	33
<b>Figura 6</b> <i>Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021</i>	37
<b>Figura 7</b> <i>Dimensiones de la imagen institucional</i>	40
<b>Figura 8</b> <i>Esquema del nivel correlacional</i>	42
<b>Figura 9</b> <i>Análisis descriptivo de la dimensión confiabilidad</i>	49
<b>Figura 10</b> <i>Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de respuesta</i>	50
<b>Figura 11</b> <i>Análisis descriptivo de la dimensión seguridad</i>	51
<b>Figura 12</b> <i>Análisis descriptivo de la dimensión empatía</i>	53
<b>Figura 13</b> <i>Análisis descriptivo de la dimensión tangibilidad</i>	54
<b>Figura 14</b> <i>Análisis descriptivo variable “calidad de servicio”</i>	55
<b>Figura 15</b> <i>Análisis descriptivo de la dimensión identidad institucional</i>	57
<b>Figura 16</b> <i>Análisis descriptivo de la dimensión comunicación institucional</i>	58
<b>Figura 17</b> <i>Análisis descriptivo de la dimensión realidad institucional</i>	59
<b>Figura 18</b> <i>Análisis descriptivo de la variable “imagen institucional”</i>	60

## RESUMEN

La presente investigación expone los resultantes de la aplicación de instrumentos relacionados a la calidad de servicio e imagen institucional de 382 personas que concurren de forma frecuente la Municipalidad Distrital de José Luís Bustamante y Rivero. El objetivo general del estudio fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

La metodología abordó un nivel correlacional y diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó dos instrumentos validados por juicio de expertos en calidad de servicio con un total de 15 ítems e imagen institucional con un total de 15 ítems. Se abordó una muestra de 382 personas quienes concurren a la municipalidad. Se aplicó el estadístico Rho Spearman por la naturaleza de las variables y su comportamiento normal para la contratación de hipótesis.

En concordancia con los resultados y conclusiones existe relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad (0.996,  $P < 0.005$ ), existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad (0.997,  $P < 0.05$ ), existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad (0.980,  $P < 0.05$ ), existe relación directa y significativa entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad (0.969,  $P < 0.05$ ), existe relación directa y significativa entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad (0.957,  $P < 0.05$ ), existe relación directa y significativa entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad (0.954,  $P < 0.05$ ).

**Palabras claves:** Calidad de servicio, imagen institucional, municipalidad.

## ABSTRACT

This research presents the outlines resulting from the application of instruments related to the quality of service and institutional image to 382 people who frequently visit the District Municipality of José Luis Bustamante y Rivero. The general objective of the study was to determine the relationship between the quality of service and the institutional image of the District Municipality of José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

The methodology typology under a correlational and non-experimental cross-sectional design. Two instruments were applied, validated by expert judgment and conceptualized as quality of service with a total of 15 items and institutional image with a total of 15 items. A sample of 382 people attending the municipality was approached. The Rho Spearman statistic was applied due to the nature of the variables and their normal behavior for hypothesis testing.

In accordance with the results and conclusions, there is a relationship between the quality of service and the institutional image of the Municipality (0.993,  $P < 0.005$ ), there is a direct and significant relationship between reliability and the institutional image of the Municipality (0.961,  $P < 0.05$ ), there is a direct and significant relationship between responsiveness and the institutional image of the Municipality (0.984,  $P < 0.05$ ), there is direct and significant relationship between safety and the institutional image of the Municipality (0.98,  $P < 0.05$ ), there is direct and significant relationship between empathy and the institutional image of the Municipality (0.96,  $P < 0.05$ ), there is direct and significant relationship between tangibility and the institutional image of the Municipality (0.928,  $P < 0.05$ ).

**Keywords:** Quality of service, institutional image, municipality.

## INTRODUCCIÓN

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022. La calidad de los servicios de una empresa es un factor crítico de éxito para muchas empresas y organismos públicos como las municipalidades, entidades que para ofrecer un servicio de alta calidad, se basan en cinco pilares: consideración de los deseos y requisitos del cliente, disponibilidad, competencia y satisfacción. Mantener un contacto regular con los consumidores, estar bien organizados por dentro, proporcionarles una infraestructura suficiente y hablarles con sabiduría es vital. En estos entornos se hace hincapié en la felicidad y la percepción del cliente, ya que se considera que estos factores contribuyen a la excelencia del servicio (Ganga et al., 2019; León, 2018).

Según el Estudio de Calidad Objetiva Sectorial realizado en 2015 en España, Deutsche Bank ocupa el primer puesto en cuanto a la prestación de servicios bancarios de alta calidad a sus clientes (EQUOS). Esta entidad financiera se preocupa por la claridad con la que se describen sus bienes, la amabilidad con la que se trata a sus clientes y el éxito de sus operaciones comerciales. Además, las metodologías abordadas en materia de calidad de servicio se estratifican a otros entornos organizacionales como las entidades públicas, las empresas privadas y entornos sociales (Mejía y Medina, 2019).

En tal sentido, uno de los vínculos más importantes entre la diferenciación de los servicios que sólo puede ser reconocida y apreciada por el cliente y las ventajas competitivas o imagen institucional se han convertido en partes esenciales de las organizaciones; es la calidad de los servicios prestados a nivel de organizaciones públicas como las municipalidades que se encuentran bajo esa constante variación en materia de servicio; y, como consecuencia de la globalización, han tenido que mejorar su proceder para mantener a los clientes satisfechos y posicionarse o mantenerse como instituciones confiables en el tiempo (Monzón, 2018).

Es menester saber que los clientes insatisfechos son el resultado directo de un mal servicio. Por el contrario, diferenciarse de los competidores requiere prestar servicios de calidad suficiente para garantizar la satisfacción de los clientes y construir una imagen institucional positiva. El término "imagen institucional" describe bien la fachada de la institución con la que los clientes responden positivamente a las empresas que desprenden cualidades como profesionalidad, fiabilidad, confianza y seguridad (Pérez et al., 2022).

El capítulo I, se refiere principalmente al problema de estudio, de él desembocan las vertientes problemáticas del mismo por medio de la descripción de la realidad problemática, la formulación de los problemas (general y específicos), objetivos (general y específicos), justificación de la investigación e hipótesis.

El capítulo II, desarrolla el marco teórico donde se abordan las variables de estudio en conjunto con sus dimensiones.

El capítulo III, enmarca la metodología de investigación.

En el capítulo IV, se abordan los resultados y discusiones, para finalizar con las conclusiones y recomendaciones que emanan del estudio.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Descripción de la Realidad Observada

La modernización institucional es uno de los resultados de la globalización, que pone en valor la calidad del servicio además de la imagen institucional (Mejia y Medina, 2019). En este contexto, en un mundo en el que la calidad de un servicio es compleja de inspeccionar, sus resultados son imprevisibles, su duración es limitada y depende en gran medida de las personas y sus interacciones; los clientes actuales ya no esperan ser tratados por igual, sino que esperan un trato más personalizado e individualizado adaptado a sus necesidades específicas, es posible afirmar que la calidad del servicio es un conjunto de actividades ofrecidas por una empresa.

Al respecto, Rodiman et al. (2018) afirman que, en Europa, la calidad se refiere a realizar las cosas correctamente, dada la naturaleza y el desempeño del producto o el desempeño de los componentes estratégicos del negocio, con el fin de lograr la excelencia sostenible, liderar el mercado o continuar creciendo y desarrollándose. Vargas y Aldana (2014) sugieren que muchas empresas colombianas adoptaron la calidad del servicio como resultado del éxito que este enfoque alcanzó originalmente en Japón, así como en Estados Unidos para las empresas que lo implementaron utilizando la cultura y los componentes de su país.

En el Perú, el tema de la calidad prestada por las diferentes municipalidades es muy frecuente; una parte importante del comportamiento de los contribuyentes está relacionada con la venta, uso y adquisición, así como con la dotación de servicio; la idoneidad en materia de calidad de los servicios prestados por el sector público y privado es un factor crítico que está relacionado con la influencia que tiene en la imagen de la institución como tal. Para construir un sistema eficaz de gestión de la calidad de los servicios, es vital y crítico entender lo que el usuario espera.

Por otro lado, la Imagen Institucional es un conjunto de expresiones que comunican la identidad de una organización, basada en las percepciones y asociaciones que la gente tiene sobre ella. Es igualmente crítica para cualquier institución, ya que tener una imagen positiva ante el público implica que las cosas van bien dentro de la institución.

Al igual que las personas, las organizaciones tienen una imagen que transmiten a través de sus acciones de comunicación, así como una imagen pública que se forma por su conducta, los medios de comunicación, las conexiones interpersonales y la experiencia personal. En este sentido, Rodiman et al. (2018) afirman que, aunque la imagen institucional es un concepto abstracto que no puede cuantificarse cuantitativamente, su forma puede discernirse a partir de los resultados de las investigaciones excelentes y deficientes realizadas por el público o la comunidad en general.

En este contexto, Živković et al. (2020) mencionan un modelo que examina la calidad del servicio a través de cinco determinantes de la calidad: fiabilidad, responsabilidad, empatía, seguridad y tangibilidad, y concluyen que la calidad de los servicios municipales no es satisfactoria desde la perspectiva de los clientes, en otras palabras, se presentan espacios relevantes entre las expectativas de los usuarios y sus percepciones de cada uno de los determinantes de la calidad del servicio, sobre todo la fiabilidad del servicio.

En Sudamérica, León (2018) sostiene que los gobiernos municipales de Ecuador tienen actualmente dificultades con el nivel de servicio que prestan a sus gobernados. Las instituciones estatales son monopolios gubernamentales y proveedores exclusivos de algunos servicios; sin embargo, esto no es excusa para sacrificar la atención y la calidad del servicio; las personas son los principales contribuyentes y receptores económicos de las obras públicas.

Yucra y Sanchez (2019) concluyen que los funcionarios municipales, desde la dirección del ayuntamiento hasta el personal de limpieza, están en el centro de los problemas del sector público porque no prestan un servicio adecuado a los ciudadanos cuando, por el contrario, deberían estar motivados por un auténtico compromiso con la comunidad y tratar a todos los ciudadanos por igual y con respeto cuando utilizan los servicios municipales.

A raíz de los problemas observados, decidimos realizar esta investigación en Arequipa, donde la calidad del servicio además de la imagen institucional no es ajeno, más precisamente en la municipalidad distrital de José Luis Bustamante y Rivero, que tiene 27 años de existencia y aún enfrenta diversas dificultades derivadas de varios temas como la insuficiente atención a los usuarios, la falta de interés del personal, la descoordinación entre sus oficinas y áreas de trabajo; es así que, con esta investigación,

a través del enfoque cuantitativo, así mismo es de diseño no experimental, de igual manera es de corte transversal, y por último de alcance descriptivo - correlacional, pretendemos determinar la calidad que actualmente brindan y cómo está afecta a la imagen institucional.

## **1.2 Formulación del Problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- a) ¿Cuál es la relación entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J. L. B. y R.-Arequipa,2022?
- b) ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022?
- c) ¿Cuál es la relación entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022?
- d) ¿Cuál es la relación entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022?
- e) ¿Cuál es la relación entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022?

## **1.3 Justificación de la Investigación**

En los Gobiernos Locales, hay un factor determinante que las entidades deben esforzarse por infundir en cada uno de sus usuarios, y es la confianza que el municipio debe transmitir y el cumplimiento de sus responsabilidades; para que todo esto se cumpla, es fundamental llegar al cumplimiento de las expectativas de los usuarios y, más

concretamente, con las responsabilidades adquiridas, porque así se forma la imagen de la entidad, que se refleja en la confianza de los ciudadanos.

Por consiguiente, la presente investigación se justifica socialmente, porque se conocerá desde la visión de usuarios, la situación actual en materia de calidad del servicio que la institución presta, y su relación con la imagen institucional, la misma que permitirá proponer alternativas que deberá generar la unidad de análisis para la mejora del nivel de imagen institucional.

Así, el estudio es significativo por las siguientes razones:

- Relevancia en la entidad, ya que el estudio de la imagen institucional consentirá al municipio distrital de José Luis Bustamante y Rivero a desarrollar vías para optimizar su grado de posicionamiento en el sector público.
- Relevancia académica, ya que los hallazgos permitirán una hoja de ruta para futuros estudiosos que deseen detallar temas comparables.
- Relevancia práctica, debido a que se requiere optimizar la calidad del correspondiente servicio prestado, se estudiaron las perspectivas de los usuarios por esta razón.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- a) Analizar la relación entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B y R.-Arequipa,2022.
- b) Analizar la relación entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022.
- c) Analizar la relación entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022.

- d) Analizar la relación entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022.
- e) Analizar la relación entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022.

## **1.5 Hipótesis**

### **1.5.1 Hipótesis General**

Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.

### **1.5.2. Hipótesis Específicas**

- a) Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022.
- b) Existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022.
- c) Existe relación directa y significativa entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022.
- d) Existe relación directa y significativa entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R.-Arequipa,2022.
- e) Existe relación directa y significativa entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de J.L.B. y R. -Arequipa,2022.

## **1.6. Alcances y Limitaciones de la Investigación**

El presente trabajo tiene como alcance la Municipalidad Distrital José Luis Bustamante y Rivero de Arequipa, siendo el objetivo principal de análisis las personas que frecuentan los servicios de dicha organización pública.

El trabajo efectuado no presentó dificultades de envergadura en cuanto al abordaje y ejecución del proyecto en general como de la recolección de los datos, demorando los tiempos correspondientes y empleando los recursos estrictamente necesarios.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes**

##### *2.1.1 Antecedentes Internacionales*

Perez-Benites et al. (2022) desarrollaron un artículo denominado “Gestión Administrativa y Calidad de Servicio de Acuerdo a la Normativa Legal”; para la revista de investigación Polo del Conocimiento (Ecuador); donde el objetivo fue examinar los enfoques teóricos y sistemáticos del encargo de la dirección administrativa y la pertinencia en el servicio desde el punto de vista de calidad; se realizó un análisis exhaustivo de tres artículos que perfilan la gestión administrativa, y se generó el tema y el artículo con una estructura multidimensional mediante un análisis descriptivo cuantitativo correlacional de artículos y publicaciones científicas publicadas entre 2010 y 2021, incluyendo treinta trabajos, entre artículos, tesis de pregrado, postgrado y doctorado, fueron evaluados mediante el estudio metodológico del modelo. El resultado demuestra el vínculo y el impacto entre las actividades administrativas y la calidad del servicio.

Ganga et al. (2019) publicaron un artículo de título “Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt – Chile”; para la revista de investigación Ingeniare: Revista chilena de ingeniería (Chile); si bien se reconoce la creciente importancia de la calidad como una orden para resguardar la supervivencia de la organización, su objetivo principal es detallar los resultados de la medición de la calidad de servicio del modelo SERVQUAL. Para ello, se elaboró un cuestionario para recoger 16 elementos que cubren los 5 componentes identificados por Parasuraman, Zeithaml y Berry, y que fue administrado a personas mayores de 18 años que utilizaron el Juzgado de Garantía entre diciembre de 2013 y junio de 2018. Las categorías de fiabilidad, seguridad y elementos tangibles suscitaron los mayores niveles de expectativas, mientras que la empatía y los aspectos tangibles fueron calificados como de mayor calidad. En definitiva, los grados de calidad del

correspondiente servicio resultó nada favorable, dado que las opiniones de los usuarios no alcanzaron sus expectativas. Esta información es útil porque permite a la empresa potenciar los rasgos más importantes para los consumidores.

### 2.1.2 *Antecedentes Nacionales*

Ccosñislla (2022) desarrolló la investigación “Sistema de Control Interno y Calidad de Servicio en la Municipalidad Provincial de Abancay, año 2021”; tesis para optar el grado de maestro es Gestión Pública de la Universidad César Vallejo; donde el propósito fue establecer la relación entre las variables antes indicadas. En lo que respecta a la CS, la investigación utilizó el modelo de rendimiento del servicio que evalúa la eficiencia en la modelización de Servqual y proporciona una estimación numérica de la satisfacción del cliente para aproximarse a la CS en la administración local. Para este estudio se encuestó a 138 servidores designados y trabajadores con contrato indefinido en la APM. La investigación pretendía extraer conclusiones cuantitativas a partir de un diseño correlacional, no experimental y transversal. Los resultados mostraron una fuerza de correlación Rho de Spearman moderadamente positiva entre 0,40 y 0,69, lo que indica la presencia de una relación entre las dos variables de la investigación y un valor p inferior al 5%. Se anima a la comunidad científica a realizar investigaciones similares a la actual.

Izquierdo (2021) publicó un artículo titulado "La calidad del servicio en la Administración Pública" en la revista de investigación Horizonte Empresarial. El objetivo del artículo es presentar un análisis documental de los más relevantes autores que han abordado la calidad del servicio y las fundamentales técnicas para efectuar el cotejo del servicio desde la calidad. La metodología utilizada es una revisión bibliográfica en la que se buscaron 60 artículos científicos en Scopus, Web of Science, Scielo, Latindex Catálogo 2.0, Redalyc y Google Scholar, entre otros; se eligieron 40 artículos para iniciar la elaboración del manuscrito; se culmina indicando que la calidad, desde la perspectiva de los servicios, es una conceptualización que requiere un juicio más preciso para su conceptualización y su medición. La noción de cuantificar un intangible no puede dejarse en manos de la visión subjetiva de los usuarios, ya que cada individuo posee su propia percepción, por lo que las medidas e impresiones de la calidad pueden variar

significativamente de acuerdo la perspectiva del usuario. Existen varios métodos para evaluar la calidad del servicio, el más común de los cuales es el modelo Servqual.

### *2.1.3 Antecedentes Locales*

Romero-Carazas et al. (2021) publicaron un artículo titulado “Servicio, Calidad y Satisfacción en una Empresa Rent a Car”; para la revista de investigación Sinergias Educativas; su propósito primordial de este análisis es establecer la asociación entre las variables en estudio en la entidad antes mencionada; empresa dedicada a la renta de autos para el rubro minero. El método del proyecto fue descriptivo, correlacional, de diseño no experimental transversal. En cuanto a la población, estuvo compuesta por los usuarios de la entidad. El instrumento estuvo estimado en la Escala Likert en cinco dimensiones respectivamente. Los resultados revelaron que es indudable el estrecho anclaje relacional entre la calidad en el servicio y la pertinente complacencia del beneficiario en la empresa en cuestión. Se concluyó que un servicio de calidad debe coincidir con los requerimientos de los usuarios y sus realidades de percepción, ya que él mismo es el que percibe su entorno de negocio, basándose siempre en sus expectativas de servicio y finalmente demostrando su satisfacción de lo recibido.

Monzon (2018) desarrolló la investigación “Factores asociados al nivel de satisfacción, sobre la calidad de atención del usuario externo en los centros de Salud de Alto Selva Alegre, Buenos Aires de Cayma, Chiguata y Characato. Arequipa – 2018”; tesis para conseguir el grado de doctor en Administración, donde la finalidad es tener conocimiento de los elementos vinculados al grado de satisfacción respecto a la calidad, la metodología empleada es tipo correlacional de enfoque cuantitativo con diseño no experimental de corte transversal, se utilizó como instrumento el cuestionario de calidad de servicio de SERVQUAL el cual se constituye de 22 ítems y para la medición de la satisfacción se ejecutó el cuestionario, se concluyó que actualmente se tienen evaluaciones continuas del servicio que se brinda, para que las persona señale su grado de satisfacción y teniendo como fundamento esos datos, efectuar las correcciones pertinentes en la atención. Se vive en un entorno de competencia, el cual nos constriñe a ofrecer servicios de excelencia.

## **2.2 Bases Teóricas**

### *2.2.1 Marco Epistemológico*

Rincón (2011) establece que, múltiples diagnósticos coinciden en que las raíces de la gestión pública se encuentran en la degradación de las políticas públicas, que se centraron demasiado en el análisis cuantitativo y en los objetivos políticos a expensas del objetivo original, y todavía fundamental, del gobierno: el bienestar de su población. La disciplina de la gestión pública, informada por los valores de eficacia, ciudadanía y servicio al público, surgió para abordar esta cuestión. La gestión pública siempre se ha desviado del método burocrático tradicional en su intento de satisfacer las necesidades de la sociedad, adoptando un enfoque más estratégico y centrado en los problemas. (p.126).

### *2.2.2 Conceptualización de Servicio y sus Características*

Staton et al. (2007) definen el servicio como una tarea inmaterial identificable que se transforma en el objeto fundamental de una actividad destinada a dar satisfacción de las necesidades del cliente.

Martínez-Tur et al. (2001) indica que un servicio abarca al menos alguna tarea que se produce entre una organización o un proveedor y un usuario y que es principalmente de naturaleza intangible, como la puesta a punto de un vehículo antes de su primera conducción, el suministro de información sobre cómo utilizar un producto o la instalación de un apartamento antes de la mudanza.

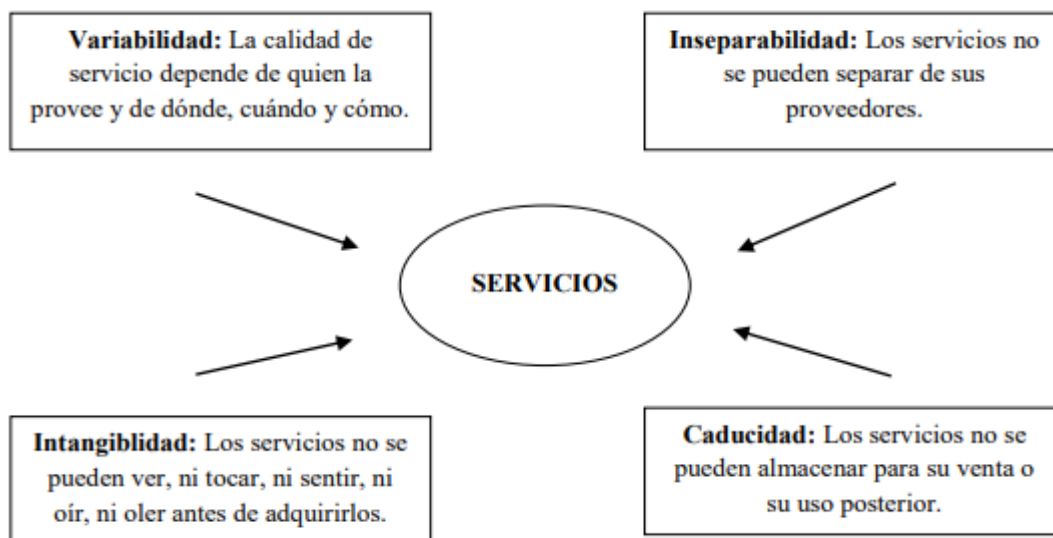
Es necesario destacar que el término "servicio" deriva del verbo "servir", y es sobre esta base que la presente investigación definirá el servicio como un conglomerado de tareas y comportamientos desarrolladas con el propósito de dar satisfacción a las necesidades de los clientes; así mismo es fundamental hacer precisión que quienes prestan servicios no tienen preocupación por mantener un gran inventario que les ayude a satisfacer la demanda, como lo hacen quienes proveen bienes físicos; más bien, quienes prestan servicios se preocupan por desarrollar un conglomerado de tareas y comportamientos con el objetivo de hacer frente a los competidores.

Berry et al. (1989), citado por Sotelo y Figueroa (2017) en su publicación sobre la calidad del servicio en el sistema educativo describe un conglomerado de particularidades del servicio, y son:

- a) **Intangibilidad:** Significa que el servicio es intangible, lo que sugiere que es intocable, que no se puede presenciar y que no se puede oler, entre otras cosas. En consecuencia, la compra de servicios no es tan visible como la obtención de una mercancía física.
- b) **Variabilidad:** El servicio no puede ser estandarizado ni generalizado, sino que se define por su variabilidad debido a que es realizado por individuos. Esto significa que puede haber días en los que el individuo esté lidiando con asuntos familiares, por ejemplo, lo que puede afectar a su rendimiento en la prestación del servicio.
- c) **Inseparabilidad:** Esto involucra que la adquisición de un puntual servicio se produce principalmente durante su prestación, y que el cliente también participa en varias etapas del procedimiento; por ejemplo, un usuario que visita un restaurante percibirá la comida como muy agradable si se combina con el hecho de que el servicio fue rápido y personalizado.
- d) **Caducidad:** Se menciona que el servicio no se puede almacenar, lo que significa que debe emplearse inmediatamente después de su disponibilidad, ya que si no se hace así se pierde la programación del servicio durante un tiempo determinado.

**Figura 1**

*Particularidades del servicio*



*Nota:* (Berry et al., 1989).

### 2.2.3 *Conceptualización de Calidad de Servicio*

Rey (1999) establece que la calidad del servicio es fundamental distinguir entre calidad que se percibe y calidad objetiva, siendo la primera una reflexión efectuada por el usuario sobre la bondad de un bien o servicio como consecuencia de la comparación de las expectativas con el rendimiento de lo adquirido, y la segunda la presencia de una superioridad que se puede medir de un bien o servicio sobre otro, teniendo en cuenta los factores anteriores.

Se realizó una revisión de varios grandes autores sobre el tema de la calidad del servicio, y se resaltan los siguientes:

- Grönroos (1994) recalca la necesidad de incluir las expectativas de los usuarios al analizar la calidad, vinculando así la calidad con la aceptabilidad de los clientes al comparar las expectativas previas al consumo y las respuestas posteriores.
- Parasuraman et al. (1994) pretenden definir la calidad a partir de la presencia de la conceptualización de insatisfacción, que manifiesta el nivel de divergencia entre las expectativas de los pertinentes usuarios y sus correspondientes percepciones; esto se traduce en la presencia de satisfacción cuando lo percibido supera lo esperado, e insatisfacción cuando lo percibido no alcanza lo esperado.
- Cronin y Taylor (1992) concluyen que la hipótesis es que para valorar la calidad del servicio basta con examinar las perspectivas relacionadas con la compra del bien y/o servicio, siempre que las expectativas sean imposibles de cuantificar al no haberse cumplido.
- Porter (1985) indica que la calidad está relacionada fundamentalmente con una táctica utilizada por una entidad para dar competencia en el interior de su rubro, o también es un objetivo principal que debe cumplir la empresa.
- Romero et al. (2020) menciona que la calidad posee una prioridad en las tácticas de administración de la empresa, adquiriendo superioridad en los que prestan servicios

- Terán et al. (2021) afirman que la calidad de servicio se establece como la asociación compartida de satisfacción y deseos entre un usuario y la vinculación que confronta sus problemáticas.

#### 2.2.4 *Particularidades de la Calidad del Servicio*

Larrea (1991) manifiesta un conglomerado de particularidades vinculadas a la calidad del correspondiente servicio al usuario, se detalla:

- Tener saberes referido a las necesidades además de las expectativas de las personas: Esto sugiere que antes de adoptar cualquier plan de fidelización, la dirección de una entidad debe conocer bien las diversas demandas de su público meta.
- Tener flexibilidad y dar prioridad a la mejora constante: Esto significa que las empresas deben estar capacitadas para dar lucha a las modificaciones del sector y adaptarse a los requisitos cambiantes de los clientes.
- Centralizar las estrategias al enfoque de la actividad y al cliente: Esto involucra que la dirección de la entidad debe fomentar que sus empleados se definan primariamente por su grado técnico, lo que implica un saber profundo de sus tareas, y por su grado humano, lo que involucra destacar la presencia de un trato simpático y personalizado.
- Prevaler estrategias para la fidelización: Esto sugiere que las operaciones de la entidad deben dirigirse a satisfacer a su mercado objetivo, animando al cliente a volver a menudo y a desarrollar la fidelidad a la marca.

#### 2.2.5 *Modelamientos de Valoración de Calidad de Servicio*

Torres y Vásquez (2015) en su investigación examinan en sentido amplio muchos modelamientos que permiten valorar la calidad del servicio en función de pertinentes dimensiones, algunos de los cuales se ofrecen en sentido amplio para cualquier sector y otros en sentido más particular para un rubro establecido, para lo cual empleó los correspondientes juicios que se presentan en la figura 2:

- a) Escuela de procedencia: en esta situación, clasificó los modelamientos según el inicio de sus escritores: norteamericanos o nórdicos.

- b) Entorno de ejecución: esto se refiere a si el modelo puede emplearse en cualquier ámbito o si es una herramienta específica del sector.
- c) Características de los indicadores: denota si los datos que se recogerán para estudiar la calidad de los servicios se basarán en los siguientes juicios: propósitos, subjetividades o de manera combinada.
- d) Modelo para el estudio de la oposición a la confirmación: se trata de cómo obtener datos del cliente o consumidor, ya sea basándose en sus expectativas y percepciones o sólo en la última de estas.
- e) Cantidad de las dimensiones: indica si se utilizaron varias dimensiones para estudiar la calidad del servicio o si sólo se empleó una.

## Figura 2

*Juicios de cotejo de modelamientos para valorar la calidad de servicio*

criterio	Descripción
Escuela	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nórdica.</b> Se ubican las propuestas apoyadas en el trabajo de Grönroos (1984), sostiene que la calidad es el resultado de la comparación entre el servicio esperado y recibido, considerando la calidad técnica y calidad funcional, además de la imagen corporativa de la empresa.</li> <li>• <b>Norteamericana.</b> Propuestas de evaluación que giran en torno a los aportes de Parasuraman y otros (1985, 1988), quienes identifican cinco (5) dimensiones, además diseñaron el instrumento SERVQUAL.</li> </ul>
Aplicación del modelo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Modelos generales.</b> Aplicables a diversos tipos de servicios, aquí se ubican los modelos de Grönroos (1984), SERVQUAL (Parasuraman y otros, 1985, 1988), SERVPERF (Cronin y Taylor, 1992), Jerárquico (Brady y Cronin, 2001).</li> <li>• <b>Modelos especializados.</b> Aplicables a tipos de servicios específicos. Ejemplo: salud (Donabedian, 1966), Bibliotecas (LibQUAL, Cook y otros, 2001), ventas por internet (ES-QUAL, Parasuraman y otros, 2005), supermercados (Rubio, 2014).</li> </ul>
Tipo de indicadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Objetivos o internos.</b> Uso de indicadores definidos desde la perspectiva del prestador (Ruiz, 2001; Duque, 2005). Determinados por regulaciones, estándares u objetivos gubernamentales o institucionales. Se usa información disponible en la empresa para medirlos.</li> <li>• <b>Subjetivos o externos.</b> Uso de indicadores enfocados en el usuario (Duque, 2005). Miden su opinión sobre el servicio que reciben y, generalmente, se recurre a encuestas para recopilarlos (Ruiz, 2001). Es una "visión externa" del cumplimiento de las necesidades, deseos y expectativas de los usuarios. Ejemplos: SERVQUAL (Parasuraman y otros, 1985, 1988), LibQUAL (Cook y otros, 2001), ES-QUAL (Parasuraman y otros, 2005).</li> <li>• <b>Mixtos.</b> Integran indicadores objetivos y subjetivos. Por ejemplo, el modelo UNE-EN 13816 utilizado en España y en Chile en el 2006.</li> </ul>
Ajuste al paradigma de la desconfirmación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medición de expectativas vs percepciones.</b> SERVQUAL (Parasuraman y otros, 1985, 1988), Grönroos (1984), LibQUAL (Cook y otros, 2001).</li> <li>• <b>Medición de sólo percepciones.</b> SERVPERF (Cronin y Taylor, 1992), Jerárquico Multidimensional (Brady y Cronin, 2001).</li> </ul>
Dimensionalidad de su estructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Multidimensionales.</b> SERVQUAL (Parasuraman y otros, 1985, 1988), Grönroos (1984), LibQUAL (Cook y otros, 2001), Brady y Cronin (2001).</li> <li>• <b>Unidimensionales.</b> Martínez y Martínez (2007), Bergkvist y Rossiter (2007).</li> </ul>

*Nota:* (Torres y Vásquez, 2015).

Este autor complementa su labor realizando un estudio relativo de los numerosos métodos de evaluación de la calidad del servicio para determinar los aspectos más utilizados, resultando ser los postes oscuros en la figura correspondiente (columna 4, además de la 5, igualmente 7, así mismo 8, también 9, de igual manera 10, 11, asimismo 12, adicionalmente 14 y finalmente 15).

**Figura 3**

*Dimensiones para valorar la calidad de servicio (diversos modelamientos)*

AREA DEL SERVICIO	PROPUESTAS DE EVALUACIÓN AUTORES/AÑO	Dimensiones de evaluación de la calidad del servicio																						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Biblioteca	LibQUAL. Cook y otros (2001)				✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓							
Hotelería	Ríos y Santomá (2008)				✓	✓		✓							✓	✓								
Eléctrico Residencial	ISCAL Comisión de Integración Energética Regional (CIER) (2008) citado por (Torres y otros, 2010)			✓					✓		✓	✓	✓											
General	SERVQUAL. Parasuraman y otros (1988)				✓	✓		✓							✓	✓								
General	SERVPERF. Cronin y Taylor (1992)				✓	✓		✓							✓	✓								
General	Grönroos (1984)										✓		✓								✓			✓
General	Brady y Cronin (2001)				✓					✓	✓	✓	✓							✓		✓		
Transporte Aéreo	Robledo (2004)				✓	✓						✓												
Salud	Donabedian (1964)				✓				✓	✓	✓	✓	✓											✓
Salud	Dagger y otros (2007)																			✓	✓	✓	✓	
Servicios por Internet	ES-QUAL. Parasuraman y otros (2005)	✓						✓			✓			✓									✓	
Supermercados	Torres y otros (2008)				✓	✓				✓		✓				✓								✓
Supermercados	Rubio (2014)				✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓							
Transporte Público Terrestre	Ministerio de Fomento de España (2006)		✓					✓	✓		✓	✓				✓	✓	✓						
Transporte Público Terrestre	Lámbarry y otros (2013)		✓		✓	✓														✓				
Frecuencia:		1	2	1	10	7	2	6	5	5	6	8	5	1	5	7	3	2	2	2	2	3	1	1

1- Eficiencia	7-Capacidad de respuesta/Cumplimiento	12-Imagen organizacional	18-Calidad Interpersonal
2-Accesibilidad/facilidad de uso	8- Información /Comunicación	13-Privacidad	19-Calidad Técnica
3-Precio/facturación	9-Personal	14-Empatía	20-Calidad del Ambiente
4-Tangibilidad/ Infraestructura/Lugar	10-Resultado/Producto del servicio	15-Seguridad	21-Calidad Administrativa
5-Fiabilidad	11-Atención al usuario	16-Confort/ Comodidad	22-Higiene
6-Responsabilidad		17-Impacto ambiental	23-Calidad Funcional

*Nota:* (Torres y Vásquez, 2015).

### 2.2.6 *Modelamiento de Diferencias de la Calidad del Servicio*

El modelo de discrepancia desarrollado por Parasuraman et al. (1994) se utilizará en la presente investigación para analizar la variable de calidad del servicio, que abarca cinco dimensiones representando los datos que hace el usuario a nivel mental (modelo SERVQUAL), pero con la exactitud que se elaboró en el (modelo correspondiente del SERVPERF), juicio de (Cronin y Taylor, 1992).

Es esencial precisar que esa disposición se fundamenta por las aportaciones realizadas por Torres y Vásquez (2015) ya que definen nueve apartados que suelen ser empleadas por diferentes modelos de evaluación de la calidad, incluidos los que se abordarán en este estudio: Tangibilidad, además de la confianza, igualmente la capacidad de réplica, así misma empatía y por último la seguridad.

Es importante destacar que los dos modelos tienen las iguales dimensiones y número de elementos en el instrumento; la principal discrepancia es que SERVQUAL examina la ordenación de disconformidades basadas en la brecha entre las expectativas de los usuarios antes de realizar el consumo de un bien o servicio, estos se forman a raíz de la difusión de la institución o de los datos suministrados por quienes han consumido previamente el producto y/o el servicio, así como lo que perciben que se producen cuando el bien y/o el servicio se consumen realmente., mientras que SERVPERF depende sobre todo de las opiniones de los clientes, que ya tienen un criterio apropiado para determinar la calidad después de haberla consumido.

En este contexto podemos afirmar que los numerosos autores citados anteriormente destacan que basarse únicamente en las percepciones es una técnica más fiable y acertada para realizar análisis y previsiones sobre la calidad del servicio que perciben los consumidores.

Así las dimensiones tomadas en consideración son las correspondientes:

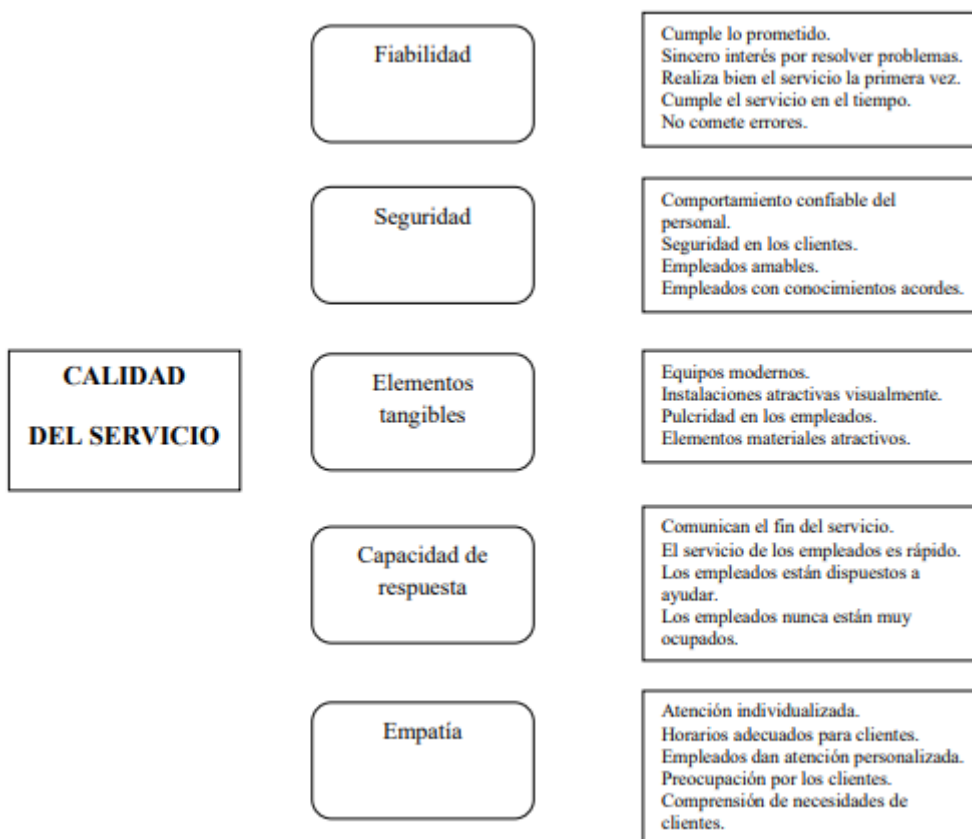
- a) Confiabilidad: se refiere al hecho de que la organización debe adherirse a la oferta, lo que infunde confianza en el rubro y, más concretamente, en los usuarios y también hace hincapié en que se entregue a tiempo.
- b) Capacidad de respuesta: involucra que la institución disponga de una oferta suficiente de bienes y/o servicios para satisfacer la necesidad de las personas interesadas, así como garantizar que la empresa responda con agilidad.

- c) Seguridad: se refiere a que la institución brinda el máximo nivel de seguridad posible al consumidor, de forma que éste se perciba cómodo realizando variadas clases de transacciones con la institución, conociendo que ésta no intenta sorprenderle y que se le proporciona todos los datos correspondientes y se resuelve cualquier duda.
- d) Empatía: esto indica que los trabajadores de la institución deben estar formados para priorizar la prestación de un servicio personalizado e intentar comprender las emociones de los clientes para minimizar las disputas y encontrar soluciones.
- e) Tangibles: se refiere a la capacidad de la infraestructura de la entidad, así como al equipamiento necesario para prestar un servicio actual, eficaz y seguro al usuario.

Este modelamiento se fundamenta en el estudio de las correspondientes propiedades para cada una de las pertinentes dimensiones.

#### Figura 4

*Modelamiento de diferencias de la calidad de servicio*



*Nota:*(Parasuraman et al., 1994).

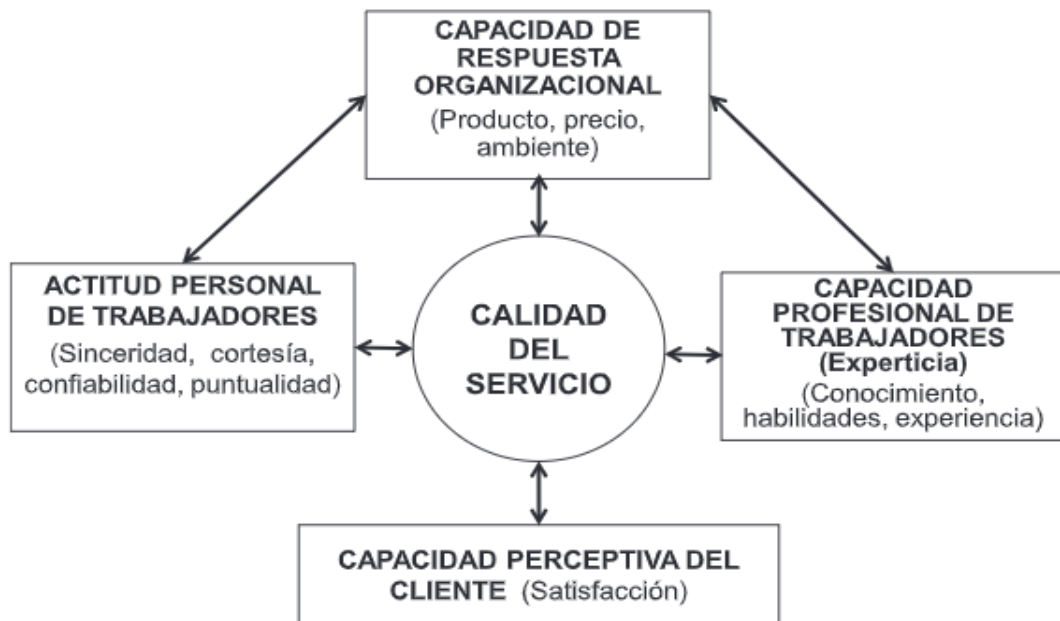
### 2.2.7 *La Calidad del Servicio en el Sector Público*

Loli et al. (2013) menciona que el capital humano es el único elemento de producción que no puede ser replicado y alineado por otras empresas, lo que le proporciona una ventaja competitiva. Por sus distintas cualidades, todas las entidades públicas son únicas en la teoría de los recursos y las capacidades, pero estas particularidades no son accesibles a la totalidad de las entidades públicas en iguales circunstancias, sobre todo los recursos intangibles, que están cada vez más vinculados al valor de la empresa.

Los recursos intangibles, en cambio, son más difíciles de conseguir en el mercado abierto. En consecuencia, las conclusiones de este estudio sugieren que la calidad de los productos y servicios, que en adelante denominaremos "calidad del servicio", depende:

- a) La cabida de réplica de la organización, o más exactamente, su capacidad para responder a las necesidades del mercado.
- b) La actitud personal de los empleados respecto al servicio al cliente, ya sea buena o mala.
- c) La capacidad profesional de los empleados, medida por una actuación solvente que beneficie al cliente.

La prestación de servicios de alta calidad está en peligro si uno o varios de estos componentes faltan o funcionan mal. La calidad del servicio no es sólo una función del trabajo de una organización, sino que es una función de la percepción que tiene el cliente de la calidad de ese servicio, el cliente utilizará para apreciar y asignar valor a los esfuerzos de una organización por prestarlo.

**Figura 5***Factores de calidad de servicio**Nota:* (Loli et al., 2013).

### 2.2.8 Definición de Imagen Institucional

McCarthy y Perreault (2001) lo establecen como “lo que un público concreto piensa de una organización como resultado de todos los mensajes que ha recibido”.

Pizzolante (1997) la describe como la imagen de una institución “es un fuerte edificio mental formado por comunicaciones oficiales o informales, voluntarias o involuntarias, que llegan a la opinión pública y apoyan o socavan la credibilidad de las organizaciones, las empresas y las personas”.

Fombrun (1996) la detalla como “la percepción que el público tiene de una entidad como resultado de la acumulación de los mensajes recibidos”.

Es así, la imagen de una institución puede aportar valor porque puede llevar a cabo sus operaciones en un entorno social en el que reinan el prestigio de la organización y las actitudes positivas de los individuos o los clientes, lo que influye en la victoria prevista de la entidad.

### *2.2.9 Aproximación a la Conceptualización de Imagen*

A lo largo de la historia, la idea de la imagen ha sido objeto de grandes debates, y miles de especialistas en los campos de la empresa y el marketing han estudiado la literatura pertinente. A su vez, esto da lugar a una plétora de términos y definiciones relacionadas. Dado que la palabra "imagen" es utilizada incluso por los niños pequeños, y que la Real Academia Española de la Lengua ofrece cuatro definiciones diferentes, tanto desde el punto de vista oftálmico como retórico, es necesario empezar a delimitar el término para que las definiciones utilizadas en este documento apunten hacia la imagen de la institución. Algunos autores, entre ellos Mora, la definen como "la representación mental de un objeto o lugar que no está físicamente presente ante el observador" (Pereira y Monteorelos, 2021).

Por ello, el concepto de "imagen" se ha definido como "conocimiento subjetivo", "actitud" y "una combinación de características del producto que son distintas del objeto físico pero que se asocian fácilmente con él" (Duque y Carvajal, 2015). En esta fase, las conexiones entre la imagen del producto y sus atributos físicos se hacen más explícitas; estos atributos ayudan a los consumidores a construir una impresión del producto basada en características que no forman técnicamente parte de él, pero que siguen siendo cruciales para la forma en que lo ven y piensan en él.

Además, aunque es cierto que la imagen de una institución no es una noción clara y concisa, sino un conjunto de percepciones de los individuos sobre la institución (Atamara & Vega, 2020), sigue siendo importante encontrar un terreno común sobre los elementos básicos que contribuyen a esa imagen. Esa definición va ahora más allá del propio producto y sus atributos para tener en cuenta todo el proceso de compra, ya que la impresión que los consumidores tienen de los productos está influida por muchos factores ajenos al propio objeto.

Por último, a efectos de este estudio, la imagen de la institución, tal y como la definen Duque y Carvajal (2015), es la impresión que se forma en la mente del público como resultado de la interacción de las creencias, experiencias y emociones del público al relacionarse directa o indirectamente con un producto o servicio. Según Klinger et al. (2014) la impresión mental positiva de un cliente sobre un producto o servicio puede surgir únicamente de la propia experiencia o percepción personal del cliente sobre el

producto o servicio. La marca institucional, según Dumont et al. (2018) puede adoptar la forma de un símbolo de identificación del cliente, la marca comercial de la empresa o un activo intangible. Según Guédez y Osta (2012) esta expectativa motiva al cliente a dar un valor tanto racional como emocional a los activos concretos e intangibles de la organización.

#### *2.2.10 Ventajas de la Imagen Institucional*

Pereira y Montemorelos (2021) establecen que, en el clima empresarial actual, es difícil establecer una imagen institucional positiva en su totalidad para los usuarios, y eso supone un grave riesgo, ya que es muy difícil reparar una reputación dañada. Por ello, es fundamental vigilar las decisiones tomadas en nombre de las instituciones y tomar medidas deliberadas para mejorar su reputación. En este sentido, se presentan los siguientes beneficios, establecidos en este marco conceptual de la imagen institucional.

1. Fomento de la fidelidad de los clientes y fortalecimiento de los vínculos. Hoy en día, las personas pueden elegir entre una gran variedad de opciones a la hora de realizar una compra. Las empresas en el mercado altamente competitivo de hoy en día utilizan una variedad de tácticas para ganar la lealtad de los clientes existentes y atraer a otros nuevos. La consecución de estos objetivos puede verse facilitada por el cultivo de una imagen corporativa positiva.
2. Aumento de la lealtad de los clientes y las relaciones con ellos se fortalecen. Hoy en día, los consumidores tienen muchas opciones entre las que elegir a la hora de tomar una decisión de compra. En un mercado tan competitivo como el actual, las empresas utilizan una amplia gama de tácticas para ganarse la lealtad de los clientes existentes y atraer a otros nuevos. Una imagen corporativa positiva puede ayudar a conseguir estos objetivos.
3. Mejora de la eficacia de los servicios. Por el contrario, una empresa con buena reputación puede vender más de sus productos con menos dinero gastado en publicidad. Decisiones como la gestión de la cadena de suministro, la apertura y la adopción de políticas sostenibles pueden impulsar la reputación de una empresa y, en última instancia, aumentar la dotación de productos y/o servicios.

4. Mejora la eficacia de los productos. Las empresas con buena reputación pueden vender más productos con menos dinero gastado en publicidad. Decisiones como la gestión de la cadena de suministro, el aumento de la apertura y la aplicación de políticas sostenibles pueden impulsar la reputación de una empresa, lo que a su vez puede aumentar las ventas.

#### *2.2.11 Diferencias entre la Imagen Institucional e Identidad Corporativa*

Existe una estrecha relación entre la imagen corporativa y la identidad institucional. Las empresas, al igual que las personas, necesitan diferenciarse unas de otras para destacar en sus respectivos mercados y tener una fuerte presencia. Además, la distinción esencial entre la identidad corporativa y la imagen institucional es que la primera se refiere a cómo el público percibe la empresa, mientras que la segunda describe cómo la empresa querría ser vista (Klinget et al., 2014).

#### *2.2.12 Dimensiones de la Imagen Institucional*

Bravo-Gil et al. (2009) ofrecen una sinopsis de varios estudios, haciendo hincapié en las variables empleadas para analizar la imagen de las entidades comerciales, la cual se manifiesta en la correspondiente figura:

Figura 6

*Dimensiones de la imagen institucional*

AUTORES	DIMENSIONES	ASPECTOS ANALIZADOS
van Heerden y Puth (1995)	Dinamismo	Rápido crecimiento, activo, en continua mejora, dinamismo, agresividad, flexibilidad
	Estabilidad/ credibilidad	Confianza, estabilidad, honestidad, optimismo de los clientes
	Servicio al cliente	Personal amigable, buen servicio, trato recibido, personal experto, empatía
	Identidad visual	Atractivo de la entidad, estilo, visibilidad, modernidad
LeBlanc y Nguyen (1996)	Reputación de los directores	Reputación, disponibilidad, confidencialidad, buena dirección, orientación a las necesidades
	Servicios ofrecidos	Variedad de servicios en préstamos y ahorros, tecnología, política de préstamos
	Personal	Amabilidad, competencia, conocimientos, apariencia
	Identidad corporativa	Nombre, logotipo, tipo de consumidor, apoyo a causas
	Acceso al servicio	Tiempo de espera (servicios, colas, cajeros)
	Entorno físico	Acceso a parking, apariencia de la oficina, ambiente
O'Cass y Grace (2004)*	Servicio principal	Agradable, favorable, bueno, satisfecho, feliz
	Servicio interpersonal	Cortés, preciso, competente, asistencia rápida, trato recibido
	Valor percibido	Coste razonable, valor por el dinero, servicio por el precio, barato
	Entorno del servicio	Apariencia del entorno, apariencia de los empleados, apariencia de otros elementos materiales
	Consistencia	Consistencia con la propia imagen del consumidor
	Lugar de origen	Importancia del lugar de origen en las actitudes del consumidor
	Nombre de marca	Expectativas y significado
	Sentimientos reflejados por la marca	Alegría, esperanza, agradecimiento, a gusto, bueno, satisfecho, confianza, impresionado
	Comunicación controlada (publicidad)	Actitud hacia la publicidad de la compañía
	Com. no controlada (boca-oreja)	Influencia de este tipo de comunicación en la actitud y evaluación de la entidad
Flavián, Guinali y Torres (2005)	Acceso a los servicios	Usabilidad, tiempo necesario, conveniencia, horario, posibilidad de formular quejas
	Servicios ofrecidos	Cantidad y atractivo de los servicios, intereses (recibidos y cobrados), comisiones
	Personal de contacto	Amistoso, trato individualizado, accesibilidad, contacto humano, asesoramiento financiero
	Seguridad	Seguridad en las transacciones, depósitos e información
	Reputación	Cumplimiento de sus promesas, imagen global y reputación

Nota: (Bravo-Gil et al., 2009).

Según el análisis de esta figura, las escalas abarcan dimensiones funcionales y emocionales, como el interés pagado o recibido, o la empatía y las emociones suscitadas por la marca; las dimensiones más mencionadas son los servicios brindados, la facilidad, el ambiente físico, los colaboradores y la dignidad.

Es así que, para el estudio se han tomado en consideración las correspondientes dimensiones, se detalla:

- a) Identidad institucional: se define como el conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se auto identifica.
- b) Comunicación institucional: se refiere a “todas aquellas informaciones que el público considera propias del medio.
- c) Realidad institucional: la realidad institucional refiere que es” un conjunto de comportamiento, actitudes e ideas de los miembros de una institución, además de ello cualquier hecho que entrañe intencionalidad colectiva, es decir actuar en forma cooperativa.

### *2.2.13 La Imagen Institucional en el Sector Público*

El rápido aumento de las organizaciones dedicadas a la intermediación municipal es un denominador común en el sector público. Dada la enorme demanda de los servicios que ofrecen, es fundamental que las instituciones proyectan una imagen institucional ideal en el mercado, que proporcione seguridad y confianza a los clientes.

La calidad del servicio es una idea más concreta que la imagen institucional; se refiere a una evaluación de la excelencia del servicio en términos de cada característica. Está constituida por expectativas en dos dimensiones: una dimensión de resultado y una dimensión de proceso asociada al método de prestación del servicio.

La imagen institucional determina las expectativas de los servicios prestados; más concretamente, en el sector público, una calidad de servicio sólida se traduce en un aumento del valor, la satisfacción y la fidelidad de los clientes.

En este contexto, el Perú busca la calidad en sus servicios por medio de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública (PNMGP) al 2021, en donde menciona los cinco pilares de la modernización articulados en tres ejes transversales los cuales son:

- a) Normativas públicas, planificaciones estratégicas y operativas.
- b) Presupuesto para los correspondientes Resultados.
- c) Administración por procedimientos, reducción administrativos y organización de la entidad.

- d) Servicio civil – meritocracia.
- e) Sistema de información, supervisión, monitoreo, valoración y administración de los conocimientos.

Los ejes transversales:

- a) Gobierno abierto.
- b) Gobierno electrónico.
- c) Articulación interinstitucional.

Asimismo, Decreto Supremo N° 004-2013. PNMGP al 2021 (2013) fue concebido en respuesta al mal desempeño del Estado, que genera desconfianza e infelicidad en la ciudadanía por las siguientes razones:

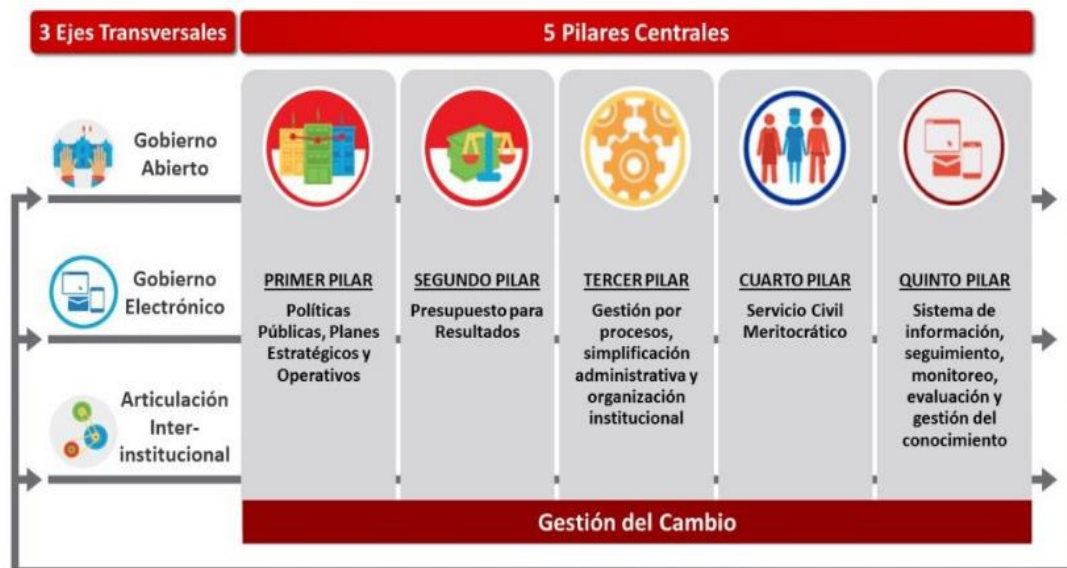
- Inadecuado diseño de la estructura organizativa del Estado.
- Ajeno a la consecución de resultados para la persona.
- Dificultades para implementar planes sólidos y alineados con las demandas públicas.
- La infraestructura, el equipamiento y la logística de las entidades son deficientes.
- Gestión y política de recursos humanos inadecuada.
- Sistemas y técnicas inadecuadas para la gestión de la información y el conocimiento.
- Hay una deficiencia en el seguimiento y la evaluación de los resultados y las repercusiones.
- Ineficiencia en las operaciones de fabricación.
- Inadecuada coherencia intergubernamental e intersectorial.

Ha llegado el momento de emprender un profundo proceso de reforma de la gestión a nivel directivo u operativo, en el que la administración pública esté dirigida por la búsqueda de resultados ciudadanos.

En otras palabras, un Estado contemporáneo, centrado en el ciudadano, con coordinación intergubernamental e intersectorial, un sano equilibrio entre flexibilidad y control de la gestión, sostenibilidad, innovación y utilización de la tecnología, así como apertura, responsabilidad y ética pública.

**Figura 7**

*Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021*



*Nota:* Tomado del Decreto Supremo N° 004-2013. PNMGP al 2021, (2013).

### 2.3 Conceptos Claves

- Calidad de servicio: se refiere a un conjunto de tácticas y actividades destinadas a mejorar el servicio al cliente y la conexión entre el consumidor y la marca (Martínez, 2016).
- Imagen institucional: la Unidad de Imagen Institucional se encarga de orientar y realizar las gestiones de las actividades de comunicación, además de información, así misma imagen de la entidad y protocolo de relaciones públicas (Bravo-Gil et al., 2009).
- Sector público: el sector público se refiere al conjunto de agencias y organizaciones que son directa o indirectamente supervisadas por el gobierno (Romero-Carazas y Colmenares, 2021).
- Gobierno local: las entidades del Estado locales son componentes fundamentales de la estructura territorial del respectivo gobierno y conductos para la colaboración local en las cuestiones públicas, institucionalizando y

gestionando autónomamente los intereses de las correspondientes colectividades (Romero-Carazas et al., 2021).

- e) Satisfacción al cliente: la satisfacción del cliente puede definirse como el estado de ánimo que se genera cuando el rendimiento percibido por una persona de un bien o servicio cumple sus percepciones (Romero-Carazas et al., 2021).
- f) Actitud personal: la actitud personal es el comportamiento habitual que se produce en diferentes circunstancias de la vida (Dolan et al., 2007).
- g) Recursos intangibles: los activos intangibles son aquellos que son imperceptibles para los sentidos y no ocupan espacio físico (Ganga et al., 2019).
- h) Capital Humano: es el componente más crítico de toda empresa. Se refiere al nivel de productividad alcanzado por los empleados en función de su experiencia laboral y su formación (Dolan et al., 2007).
- i) Modelo SERVQUAL: se encarga de la medición de la calidad del servicio, por medio de las expectativas y perspectivas de los usuarios, en fundamento a 5 dimensiones, que son; dimensión de fiabilidad, así misma sensibilidad, igualmente seguridad, además empatía, también elementos tangibles (Ganga et al., 2019).
- j) Modelo SERVPERF: Permite medir el nivel de calidad de una empresa cuando se conocen las valoraciones del cliente sobre el servicio que recibe y, por tanto, desarrollar iniciativas realistas que beneficien tanto a la empresa como al consumidor (Ganga et al., 2019).

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipo y Nivel de Investigación

##### 3.1.1. Tipo de Investigación

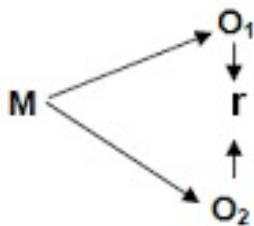
La investigación fue básica o pura, dado que se buscará realizar aportaciones al conocimiento actual (Ñaupas et al., 2018).

##### 3.1.2. Nivel de Investigación

Este apartado investigativo hizo un llamado de correlación, esto porque se analizó la conducta de las variables para posteriormente asociarlas (Hernández et al., 2014), donde el esquema es:

**Figura 8**

*Esquema del nivel correlacional*



*Nota:* Elaboración propia.

- M: Muestra
- O<sub>1</sub>: Variable 1 = Calidad de servicio.
- r: Relación.
- O<sub>2</sub>: Variable 2 = Imagen Institucional.

### 3.1.3 Diseño de Investigación

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) detallan que el diseño del estudio se declara como no experimental, lo que significa que no se ajustaron las variables lo que indica que no se manipularon ninguna variable a propósito; los datos se recogieron en un solo momento, es decir, será corte transversal.

### 3.2. Cuadro de Operacionalización de Variables

A continuación, se describen las variables y sus dimensiones, se tiene:

- **X:** Calidad de servicio: referido al estudio de las perspectivas vinculadas a la compra del bien y/o servicio, dado que las expectativas son complejas de medición debido que no ha terminado (Cronin y Taylor, 1992).

#### Dimensiones

- a) X1 = Confiabilidad: se refiere al hecho de que la organización debe adherirse a la oferta, lo que infunde confianza en el rubro y, más concretamente, en los usuarios, y también hace hincapié en que se entregue a tiempo (Cronin y Taylor, 1992).
- b) X2 = Capacidad de respuesta: involucra que la organización disponga de una oferta suficiente de bienes y/o servicios con el propósito de satisfacer la demanda de los individuos que se encuentran interesados, así como garantizar que la empresa responda con agilidad (Cronin y Taylor, 1992).
- c) X3 = Seguridad: se refiere a que la organización prevalece proporcionar el máximo nivel de seguridad necesario a los clientes, de forma que éste se perciba cómodo realizando alguna actividad de transacción con la organización, conociendo que ésta no intenta sorprenderle y que se le proporciona todos los datos correspondientes y se resuelve cualquier duda (Cronin y Taylor, 1992).
- d) X5 = Empatía: esto indica que los trabajadores de la organización deben estar formados para priorizar la prestación de un servicio personalizado e intentar comprender las emociones de los clientes para minimizar las disputas y encontrar soluciones (Cronin y Taylor, 1992).

- e) X6 = Tangibles: se refiere a la capacidad de la infraestructura de la entidad, así como al equipamiento necesario para prestar un servicio actual, eficaz y de seguridad al cliente (Cronin y Taylor, 1992).
- Y: Imagen institucional: la imagen que las personas poseen sobre la entidad por medio de la aglomeración de la totalidad de los mensajes ingresantes (Bravo-Gil et al., 2009).

### **Dimensiones**

- a) Y1 = Identidad institucional: se define como el “conjunto de características centrales, perdurables y distintas de una organización, con las que la propia organización se auto identifica (Bravo-Gil et al., 2009).
- b) Y2 = Comunicación institucional: se refiere a “todas aquellas informaciones que el público considera propias del medio (Bravo-Gil et al., 2009).
- c) Y3 = Realidad institucional: la realidad institucional refiere que es” un conjunto de comportamiento, actitudes e ideas de los miembros de una institución, además de ello cualquier hecho que entrañe intencionalidad colectiva, es decir actuar en forma cooperativa (Bravo-Gil et al., 2009).

En la tabulación consecutiva se presentan las respectivas dimensiones, así como los indicadores para el estudio correspondiente de las variables:

**Tabla 1***Matriz de operacionalización de variables*

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR
CALIDAD DE SERVICIO	Como las expectativas son difíciles de calibrar antes de que se consume un producto o servicio, se realiza un análisis de la percepción. <b>(Cronin y Taylor, 1992).</b>	Envuelve el cumplimiento con lo ofrecido y en las situaciones planteadas.	Confiabilidad	Preparación al personal. Información a familiares Disposición por la ayuda
			Capacidad de respuesta	Tiempo de espera Rapidez de respuesta
			Seguridad	Desempeño Precisión Confianza
			Empatía	Amabilidad del personal Trato personalizado Buena comunicación Señalización municipal
			Tangibilidad	Comodidad en los ambientes
IMAGEN INSTITUCIO NAL	La imagen que el público tiene sobre una organización a través de la acumulación de todos los mensajes recibidos <b>(Bravo-Gil et al., 2009).</b>	Es la percepción del cliente sobre el servicio que proporciona una entidad.	Identidad	Cultura institucional
			Institucional	Filosofía institucional
			Comunicación institucional	Medios de comunicación. Relaciones interpersonales.
			Realidad Institucional	Experiencia personal. Servicios que brinda Recursos humanos y materiales. Atención al cliente.

*Nota:* Elaboración propia.

### **3.3. Población y Muestra**

#### **3.3.1 Unidad de Análisis**

La Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero – Arequipa.

#### **3.3.2 Población**

La población estuvo conformada por ciudadanos hombres y mujeres, cuyas edades oscilan entre 18 a 65 años, cuyo domicilio está registrado dentro del municipio de la jurisdicción del distrito de José Luis Bustamante y Rivero los cuales en número asciende a 55871 usuarios.

#### **3.3.3 Muestra**

Debido a que se abarca a número apropiado por encuestar, se precisa que se considera a 382 personas que frecuentan la Municipalidad en estudio, además se utilizó muestreo aleatorio simple.

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

Se empleó la encuesta; en lo que, respecto al instrumento, se detalla que fue el cuestionario; de forma específica se tiene que los instrumentos serán validados mediante el criterio de tres Juicio de los Expertos y a vez sobre su confiabilidad se hace necesario que se tome una Prueba Piloto de 40 usuarios, cuyas respuestas serán analizadas mediante el estadístico Alpha de Cronbach; los instrumentos fueron:

- Cuestionario para el correspondiente análisis de calidad de servicio.
- Cuestionario para el correspondiente análisis de imagen institucional.

### **3.5 Estrategia para la Recolección de Datos**

Se ha conversado con la Municipalidad correspondiente, y se cuenta con la autorización para recabar los datos de campo, para lo cual en su momento se solicitó un

permiso al alcalde del distrito, en donde se explicó la importancia del trabajo a efectuar, y cómo deben desarrollar el llenado de los instrumentos.

### **3.6 Procesamiento de la Información y Métodos Estadísticos de Análisis de Datos**

Los datos para el desarrollo del estudio de los resultados fueron primarios, dado que fueron proporcionados por los colaboradores; el procesamiento se efectuó mediante el software estadístico SPSS V.26; de donde se obtuvieron tabulaciones de las respectivas frecuencias, además de gráficos de barras, e igualmente el correspondiente coeficiente de asociación Rho de Spearman (para el contraste de hipótesis).

### **3.7 Instrumentos, Equipos Materiales e Insumos**

Se resaltan los siguientes: laptop, papel Bond A4, anillado, copias, celular y otros.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1. Análisis Descriptivo

En este apartado se aborda la realización de la estadística descriptiva, esclareciendo las tablas de frecuencia y porcentajes alcanzados por la muestra de estudio en cuanto a cada dimensión de las variables de estudio.

##### 4.1.1 Resultado de la Variable “Calidad de Servicio”

#### Análisis e interpretación

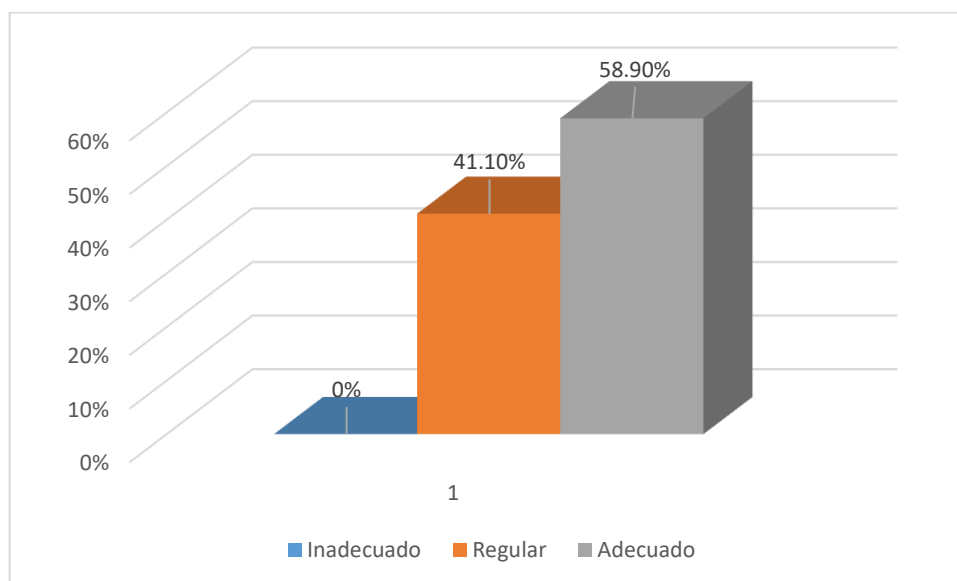
En la tabla 2 y figura 9 se presentan los resultados en frecuencia del cuestionario de calidad de servicio en su primera dimensión “confiabilidad”, de la muestra que frecuenta la municipalidad objeto de estudio. Del 100 % de los participantes encuestados se evidencia una predominancia del 58.9 % (225) “adecuado” en cuanto a la atención inmediata a su llegada a la municipalidad sin tomar en consideración su condición o estatus económico, atención de la municipalidad por parte de un servidor público y servicio proporcionado adecuado. Por su parte, el 41.1 % (157) se posicionan en la escala de medición “regular” en cuanto a la confiabilidad y los ítems que la componen dentro del desenvolvimiento de la municipalidad.

**Tabla 2**

*Dimensión confiabilidad de la variable “Calidad de servicio”*

Escala de medición	Frecuencia (F)	Porcentaje (%)
<b>Inadecuado</b>	0	0 %
<b>Regular</b>	157	41.1 %
<b>Adecuado</b>	225	58.9 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 9***Análisis descriptivo de la dimensión confiabilidad**Nota:* Elaboración propia.**Análisis e interpretación**

En la tabla 3 y la figura 10 se evidencian los resultados de una dimensión de la variable “calidad de servicio” que hace correspondencia a la dimensión “capacidad de respuesta”, cuestionario aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. Del 100 % de los encuestados para esta dimensión, se evidencia una predominancia del 45.3 % (173) en el reglón de medición “adecuado” y “regular” en cuanto a la atención rápida de la municipalidad, servicio oportuno por parte de la misma y demostración de ayuda por parte de los servidores de la municipalidad. Asimismo, se evidencia que el 9.4 % (36) de los participantes encuestados se posicionan en un nivel de medición “inadecuado” en cuanto a los ítems previamente mencionados de la dimensión.

**Tabla 3**

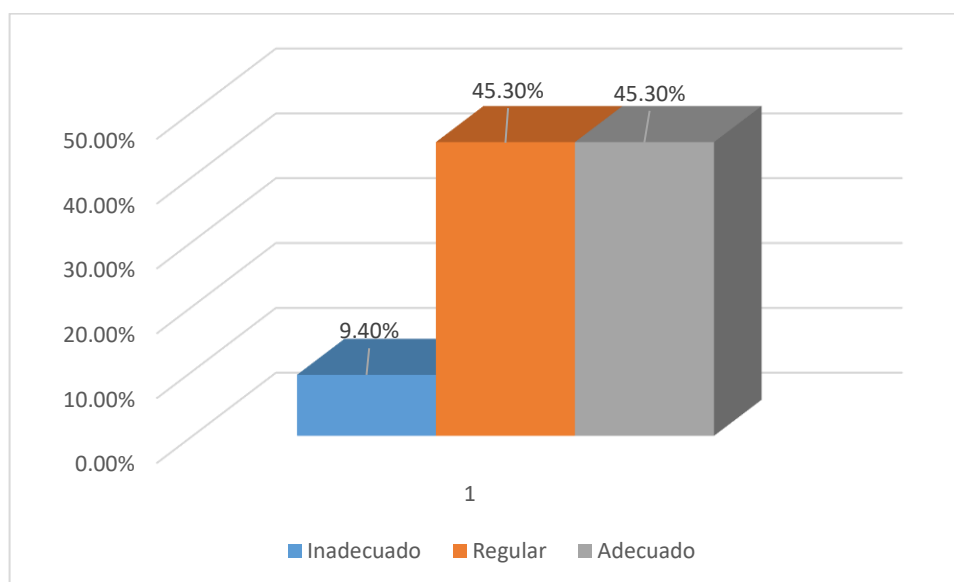
*Dimensión capacidad de respuesta de la variable “Calidad de servicio”*

Escala de medición	Frecuencia (F)	Porcentaje (%)
<b>Inadecuado</b>	36	9.4 %
<b>Regular</b>	173	45.3 %
<b>Adecuado</b>	173	45.3 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 10**

*Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de respuesta*



*Nota:* Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación**

En la tabla 4 y figura 11 se esclarecen los resultados de una dimensión de la variable “calidad de servicio” que hace alusión a la dimensión “seguridad”, encuesta aplicada a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. Se evidencia que del 100 % de los encuestados, el 56 % (214) de los participantes se posicionan en un nivel de respuesta “adecuado”, en cuanto al cumplimiento de la seguridad en cuanto a las transacciones con el personal de la municipalidad, prestación del tiempo necesario para

responder a dudas por parte de los servidores de la municipalidad y duración de la atención privada durante la estancia en el recinto municipal. Por su parte, el 44 % (168) de los participantes, se posicionan en un renglón de respuesta “regular” en cuanto al cumplimiento de los ítems mencionados previamente.

**Tabla 4**

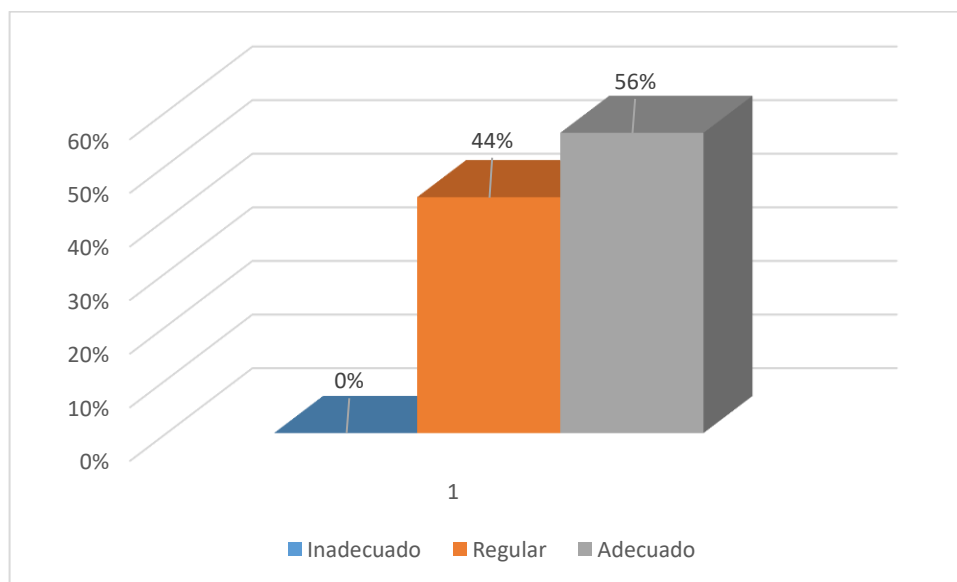
*Dimensión seguridad de la variable “Calidad de servicio”*

Escala de medición	Frecuencia (F)	Porcentaje (%)
<b>Inadecuado</b>	0	0 %
<b>Regular</b>	168	44 %
<b>Adecuado</b>	214	56 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* elaboración propia.

**Figura 11**

*Análisis descriptivo de la dimensión seguridad*



*Nota:* Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación**

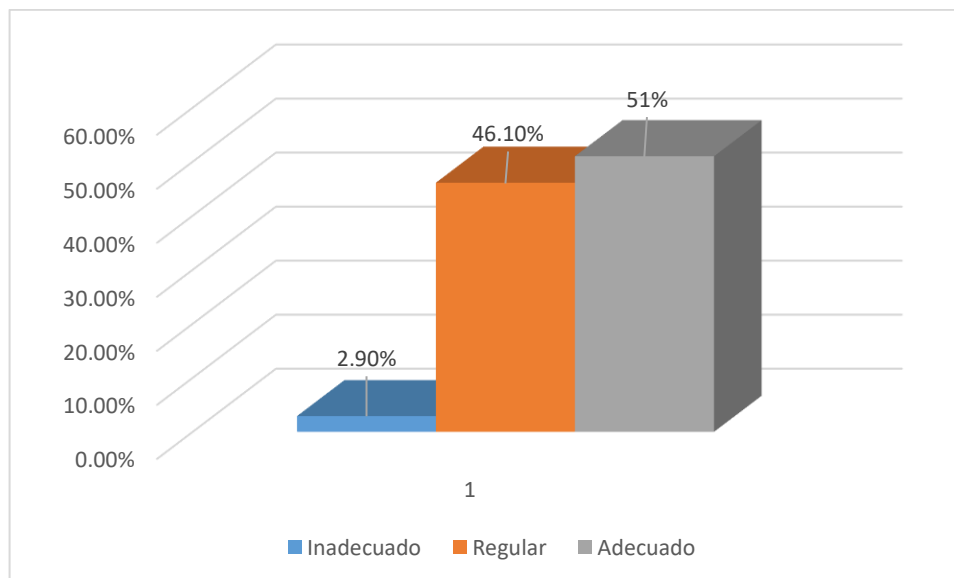
En la tabla 5 y figura 12 se presentan los resultados de la dimensión “empatía” de la variable “calidad de servicio” que corresponden al cuestionario aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. En tal virtud, se evidencia que del 100 % de los encuestados, el 51 % (195) establecen un nivel de medición “adecuado” en cuanto a recibir una atención individualizada como usuarios, conocimiento de las necesidades específicas como usuarios por parte del personal de atención y horarios flexibles y adaptados a diversidad de usuarios. Consecuentemente, el 46.1 % (176) establecen que de manera “regular” se cumple con dichos parámetros o ítems de la dimensión mencionados; y, finalmente, el 2.9 % (11) mencionan que el cumplimiento es “inadecuado” en cuanto a dichos ítems.

**Tabla 5**

*Dimensión empatía de la variable “Calidad de servicio”*

<b>Escala de medición</b>	<b>Frecuencia (F)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Inadecuado</b>	11	2.9 %
<b>Regular</b>	176	46.1 %
<b>Adecuado</b>	195	51 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

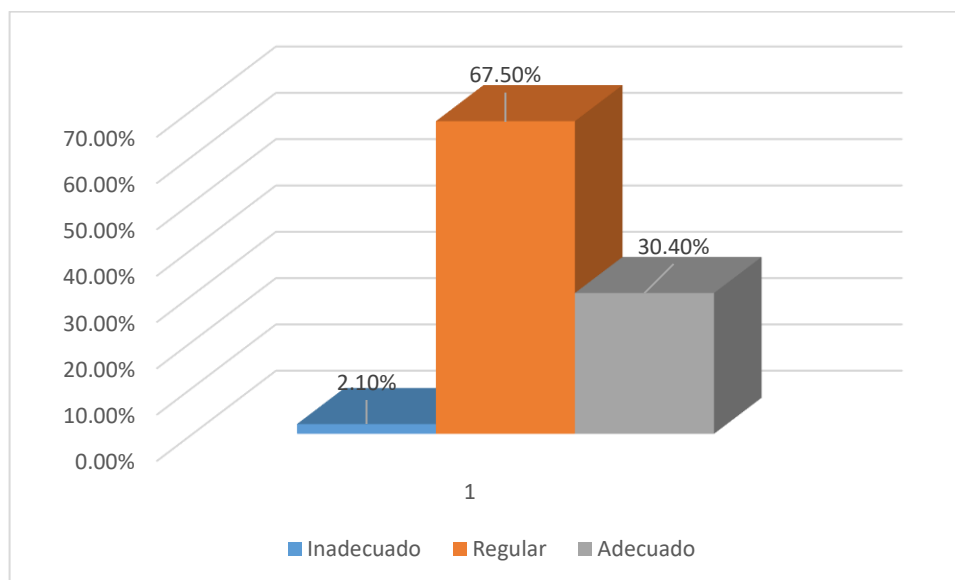
*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 12***Análisis descriptivo de la dimensión empatía**Nota:* Elaboración propia.**Análisis e interpretación**

En la tabla 6 y figura 13 se esclarecen los resultados de la dimensión “tangibilidad” de la variable “calidad de servicio” del cuestionario aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. Se evidencia que del 100 % de los participantes encuestados, el 67.5 % (258) establecen un nivel de cumplimiento “regular” en cuanto a la toma en consideración la muestra de equipos y nuevas tecnologías para los procesos en sintonía con la modernidad, instalaciones cómodas y visualmente atractivas y ambientes de servicio limpios y cómodos. Asimismo, el 30.4 % (116) de los encuestados establecen un nivel de respuesta “adecuado”; y, finalmente el 2.1 % (8) establece un cumplimiento “inadecuado” de los ítems de dicha dimensión.

**Tabla 6***Dimensión tangibilidad de la variable “calidad de Servicio”*

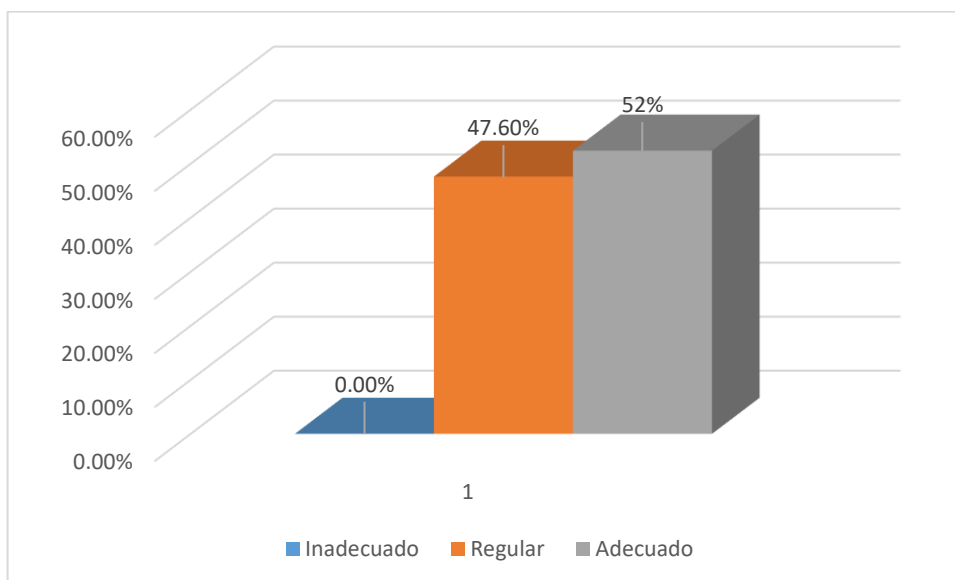
Escala de medición	Frecuencia (F)	Porcentaje (%)
<b>Inadecuado</b>	8	2.1 %
<b>Regular</b>	258	67.5 %
<b>Adecuado</b>	116	30.4 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* Elaboración propia.**Figura 13***Análisis descriptivo de la dimensión tangibilidad**Nota:* Elaboración propia.**Análisis e interpretación**

En la tabla 7 y figura 14 se evidencian los resultados del cuestionario de la variable “calidad de servicio” aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. Se esclarece que del 100 % de los participantes encuestados el 52.4 % (200), mencionan un cumplimiento “adecuado” en cuanto a todas las dimensiones que compete la variable con sus respectivos ítems. Asimismo, el 47.6 % (182) perciben un cumplimiento “regular” de los ítems del cuestionario.

**Tabla 7***Análisis general de la variable “Calidad de Servicio”*

Escala de medición	Frecuencia (F)	Porcentaje (%)
<b>Inadecuado</b>	0	0 %
<b>Regular</b>	182	47.6 %
<b>Adecuado</b>	200	52.4 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* Elaboración propia.**Figura 14***Análisis descriptivo variable “Calidad de Servicio”**Nota:* Elaboración propia.

#### 4.1.2 Resultados de la Variable “Imagen Institucional”

##### **Análisis e interpretación**

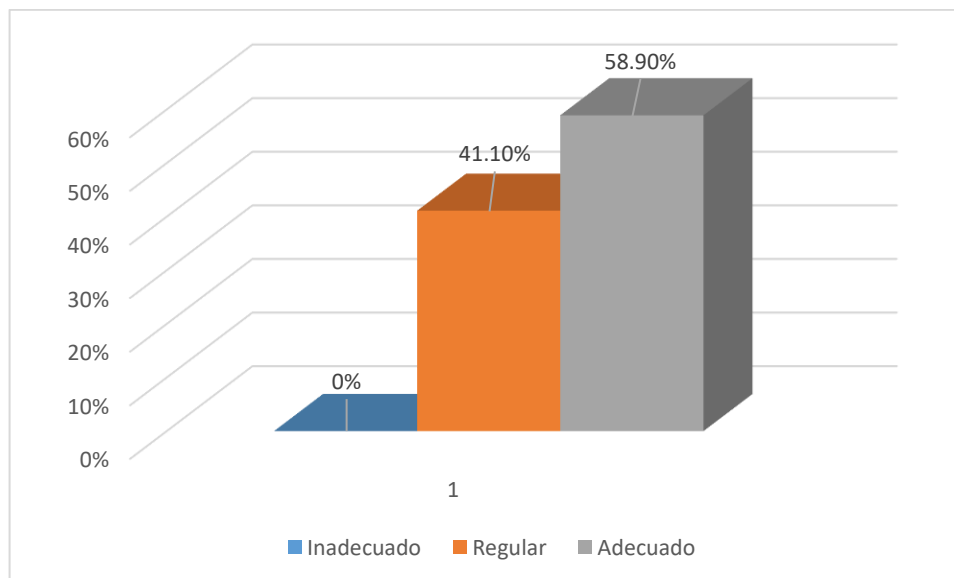
En la tabla 8 y figura 15 se esclarecen los resultados de una dimensión de la variable “imagen institucional” que hace correspondencia a la dimensión “identidad institucional”, cuestionario que se ha aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. En tal virtud, del 100 % el 58.9 % (225) de los participantes, perciben que se cumple de manera “adecuada” lo que concierne al prestigio y reconocimiento a nivel regional del área de atención de la municipalidad, el mejoramiento permanente de los servicios, valores éticos y profesionales, promoción en la ayuda a la identificación de los servidores de la municipalidad y el impacto en la gestión pública. Asimismo, el 41.1 % (157) de los encuestados perciben que se cumple de manera “regular” con los ítems mencionados.

**Tabla 8**

*Dimensión identidad institucional de la variable “imagen institucional”*

<b>Escala de medición</b>	<b>Frecuencia (F)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Inadecuado</b>	0	0 %
<b>Regular</b>	157	41.1 %
<b>Adecuado</b>	225	58.9 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 15***Análisis descriptivo de la dimensión identidad institucional**Nota:* Elaboración propia.**Análisis e interpretación**

En la tabla 9 y figura 16 se evidencian los resultados descriptivos de una dimensión de la variable “imagen institucional” que hace llamado a la “comunicación institucional”, cuestionario que ha sido aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. Se observa que del 100 % de los participantes encuestados, el 52.1 % (199), perciben un cumplimiento “adecuado” de la proporción correcta de la publicidad visual, auditiva y señalizaciones para promocionar los servicios, otorgamiento de información precisa y veraz, utilización de estrategias de trabajo en equipo en la resolución de problemas y demostración de amabilidad, respeto y confianza. Por su parte, el 45 % (172) percibe un cumplimiento “regular” con los ítems establecidos en la dimensión; y, finalmente, el 2.9 % (11) menciona un cumplimiento “inadecuado” con los ítems de la dimensión.

**Tabla 9**

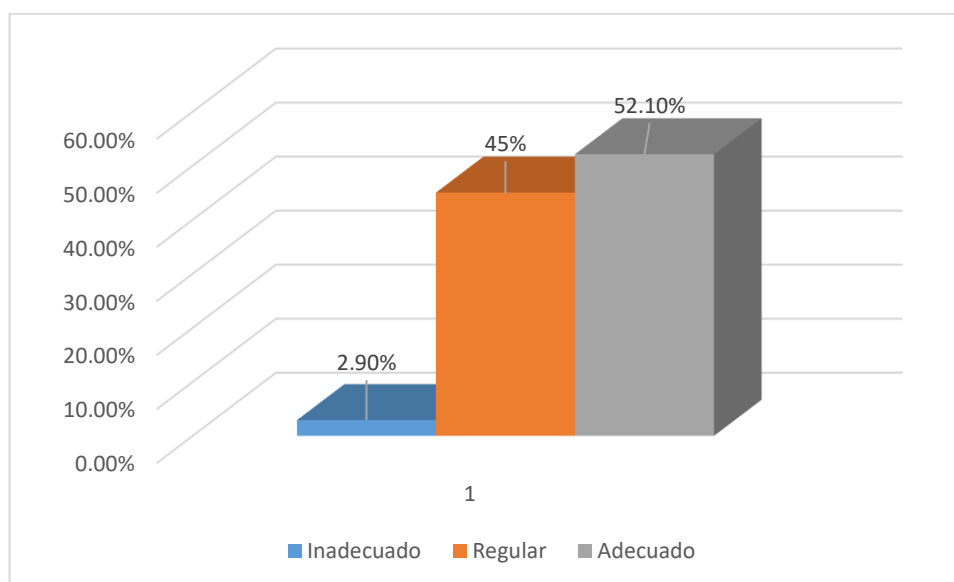
*Dimensión comunicación institucional de la variable “imagen institucional”*

Escala de medición	Frecuencia (F)	Porcentaje (%)
<b>Inadecuado</b>	11	2.9 %
<b>Regular</b>	172	45 %
<b>Adecuado</b>	199	52.1 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 16**

*Análisis descriptivo de la dimensión comunicación institucional*



*Nota:* Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación**

En la tabla 10 y figura 17 se evidencian los resultados de una dimensión de la variable “imagen institucional y hace referencia a la dimensión “realidad institucional”, instrumento aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. Se observa que el 51 % (195) de los encuestados establecen que se cumple de manera “adecuada” la personalización de la atención por parte de la municipalidad, atención equitativa, desarrollo de actividades de forma planificada, asistencia social, buena

infraestructura y equipamiento tecnológico adecuado. Asimismo, el 46.9 % (179) de los participantes, mencionan que se cumple de forma “regular” los ítems de dicha dimensión; y, finalmente, el 2.1 % (8) de los encuestados mencionan que se cumple de manera “inadecuada” con dichos ítems.

**Tabla 10**

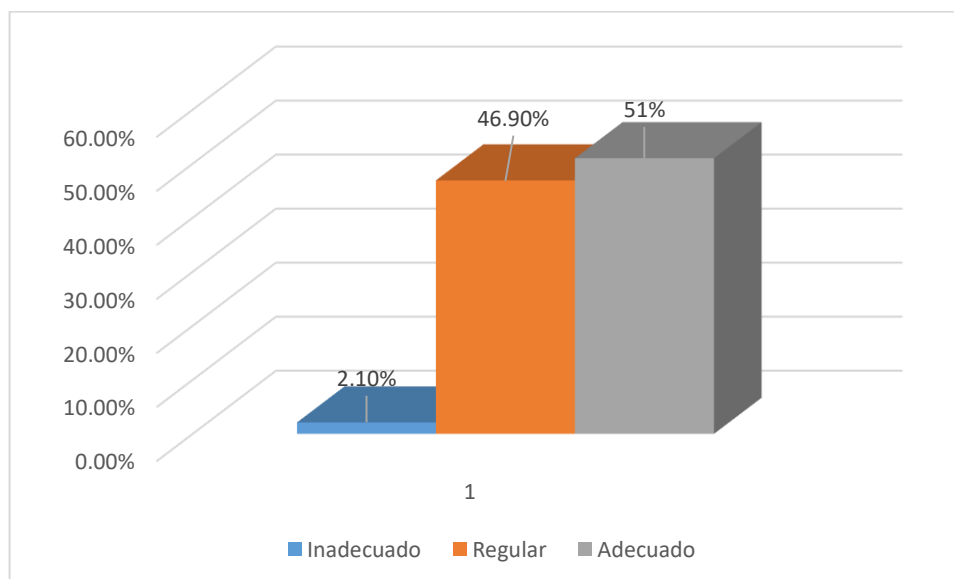
*Dimensión realidad institucional de la variable “Imagen Institucional”*

Escala de medición	Frecuencia (F)	Porcentaje (%)
<b>Inadecuado</b>	8	2.1 %
<b>Regular</b>	179	46.9 %
<b>Adecuado</b>	195	51 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 17**

*Análisis descriptivo de la dimensión realidad institucional*



*Nota:* Elaboración propia.

### Análisis e interpretación

En la tabla 11 y figura 18 se evidencia los resultados de la variable “imagen institucional” instrumento aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. Se aborda que del 100 % de los participantes, el 52.4 % (200) percibieron un cumplimiento “adecuado” de los ítems pertenecientes a los indicadores de la variable analizada. Por su parte, el 47.6 % (182) se posicionaron en un cumplimiento “regular” de los ítems mencionados.

**Tabla 11**

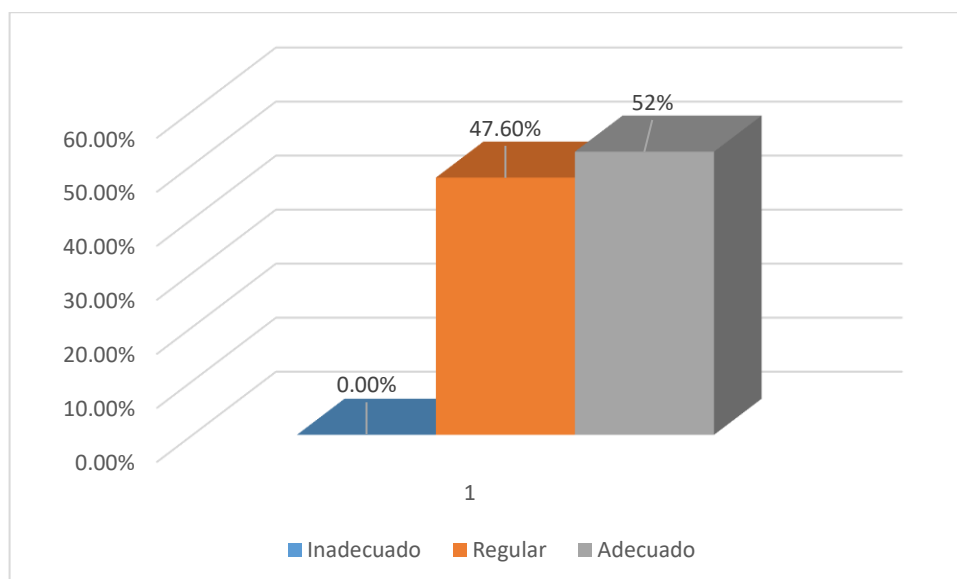
*Análisis general descriptivo de la variable “Imagen Institucional”*

Escala de medición	Frecuencia (F)	Porcentaje (%)
<b>Inadecuado</b>	0	0 %
<b>Regular</b>	182	47.6 %
<b>Adecuado</b>	200	52.4 %
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100 %</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 18**

*Análisis descriptivo de la variable “Imagen Institucional”*



*Nota:* Elaboración propia.

## 4.2. Análisis Inferencial

### 4.2.1 Comprobación de Hipótesis General

HG: Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

H0: No existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

Supuestos: si  $p \geq 0.05$  se acepta H0, si  $p < 0.05$  se acepta HG.

### Interpretación

Según la tabla 12, extraída del análisis intrínseco del SPSS V.26, la correlación entre las variables “calidad de servicio” e “imagen institucional” es de 0.996 y una significancia bilateral de 0.000 ( $P < 0.05$ ), en consecuencia, queda en evidencia la demostración que existe relación significativa y positiva entre las variables “calidad de servicio” e “imagen institucional”. Por lo tanto: ***Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.***

**Tabla 12**

*Contraste de la hipótesis general de estudio*

			<b>Correlaciones</b>	
			V1	V2
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,996**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,996**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

## 4.2.2 Comprobación de Hipótesis Específicas

### 4.2.2.1 Hipótesis Específica 1

HE1: Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

H01: No existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

### Interpretación

Según la tabla 13, extraída del análisis intrínseco del SPSS V.26, la correlación entre la dimensión “confiabilidad” de la variable “calidad de servicio” e “imagen institucional” es de 0.977 y una significancia bilateral de 0.000 ( $P < 0.05$ ), en consecuencia, queda en evidencia la demostración que existe relación significativa y positiva entre la dimensión “confiabilidad” y la variable “imagen institucional”. Por lo tanto: *Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.*

**Tabla 13**

*Contraste de hipótesis específica 1*

			Correlaciones	
			D1V1	V2
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,977**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,977**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

#### 4.2.2.2 Hipótesis Específica 2

HE2: Existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

H02: No existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

#### Interpretación

Según la tabla 14, extraída del análisis intrínseco del SPSS V.26, la correlación entre la dimensión “capacidad de respuesta” de la variable “calidad de servicio” e “imagen institucional” es de 0.980 y una significancia bilateral de 0.000 ( $P < 0.05$ ), en consecuencia, queda en evidencia la demostración que existe relación significativa y positiva entre la dimensión “capacidad de respuesta” y la variable “imagen institucional”. Por lo tanto: ***Existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.***

**Tabla 14**

*Contraste de hipótesis específica 2*

			Correlaciones	
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	D2V1	V2
			1,000	,980**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,980**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

#### 4.2.2.3 Hipótesis Específica 3

HE3: Existe relación directa y significativa entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

H03; No existe relación directa y significativa entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

#### Interpretación

Según la tabla 15, extraída del análisis intrínseco del SPSS V.26, la correlación entre la dimensión “seguridad” de la variable “calidad de servicio” e “imagen institucional” es de 0.969 y una significancia bilateral de 0.000 ( $P < 0.05$ ), en consecuencia, queda en evidencia la demostración que existe relación significativa y positiva entre la dimensión “seguridad” y la variable “imagen institucional”. Por lo tanto: ***Existe relación directa y significativa entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.***

**Tabla 15**

*Contraste de hipótesis específica 3*

		Correlaciones		
			D3V1	V2
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,969**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,969**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

#### 4.2.2.4 Hipótesis Específica 4

HE4: Existe relación directa y significativa entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.

H04: No existe relación directa y significativa entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.

#### Interpretación

Según la tabla 16, extraída del análisis intrínseco del SPSS V.26, la correlación entre la dimensión “empatía” de la variable “calidad de servicio” e “imagen institucional” es de 0.957 y una significancia bilateral de 0.000 ( $P < 0.05$ ), en consecuencia, queda en evidencia la demostración que existe relación significativa y positiva entre la dimensión “empatía” y la variable “imagen institucional”. Por lo tanto: *Existe relación directa y significativa entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.*

**Tabla 16**

*Contraste de hipótesis específica 4*

		Correlaciones		
		D4V1	V2	
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,957**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,957**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

#### 4.2.2.5 Hipótesis Específica 5

HE5: Existe relación directa y significativa entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

H05: No existe relación directa y significativa entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

#### Interpretación

Según la tabla 17, extraída del análisis intrínseco del SPSS V.26, la correlación entre la dimensión “tangibilidad” de la variable “calidad de servicio” e “imagen institucional” es de 0.954 y una significancia bilateral de 0.000 ( $P < 0.05$ ), en consecuencia, queda en evidencia la demostración que existe relación significativa y positiva entre la dimensión “tangibilidad” y la variable “imagen institucional”. Por lo tanto: *Existe relación directa y significativa entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.*

**Tabla 17**

*Contraste hipótesis específica 5*

			Correlaciones	
			D5V1	V2
Rho de Spearman	Tangibilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,954**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
Imagen institucional	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,954**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

## DISCUSIONES

Consecuentemente, se esclarecen los resultados de la aplicación de los instrumentos de medición “calidad de servicio” e “imagen institucional” a 382 personas que frecuentan la municipalidad distrital de José Luis Bustamante y Rivero de Arequipa. Estos cuestionarios son de elevada confiabilidad como se aprecia en los anexos, asimismo, los mismos contaron con la idoneidad de expertos para que por medio de la ponderación promediada de su evaluación de la prueba piloto, ambos instrumentos superaran la prueba de validez y posteriormente poder ser aplicados.

El objetivo general del presente estudio fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022, por medio de la búsqueda de información sobre las temáticas o basamentos teóricos que amparan cada variable, y el abordaje de un estudio de tipo correlacional que ha permitido abordar un dinamismo interactivo latente entre las variables de estudio como de sus dimensiones que la componen; y, consecuentemente, abordar bajo un enfoque positiva parámetros numéricos para dar respuesta a dicho objetivo.

Consecuentemente, del análisis de la variable “calidad de servicio”, se esclarece que del 100 % de los participantes encuestados el 52.4 % (200), mencionan un cumplimiento “adecuado” en cuanto a todas las dimensiones que compete la variable con sus respectivos ítems. Asimismo, el 47.6 % (182) perciben que de manera regular se cumplen la totalidad de los ítems del cuestionario. Situación desfavorable ya que se evidencia que existe una receptividad no tan óptima de forma constante en cuanto a las dimensiones de dicha variable. En tanto que, la dimensión confiabilidad presenta una predominancia del 58.9 % (adecuado), la “capacidad de respuesta” presenta una predominancia del 45.3 % (adecuado y regular), la dimensión seguridad la predominancia es del 56 % (adecuado) y empatía presenta predominancia (adecuada) en un 51%. Resultados que, bajo un enfoque de supervisión por la alta directiva de la municipalidad,

genera un trabajo que a corto plazo incrementará a niveles superiores las percepciones en cuanto a los ítems de las dimensiones de la calidad de servicio.

Con relación a la variable “imagen institucional”, se aborda que del 100 % de los participantes, el 52.4 % (200) percibieron un cumplimiento “adecuado” de los ítems pertenecientes a los indicadores de la variable analizada. Por su parte, el 47.6 % (182) se posicionaron en un cumplimiento “regular” de las dimensiones que pertenecen a la variable. Donde la dimensión “identidad institucional” tuvo una percepción (adecuada) en cumplimiento con un 58.9 %, la dimensión comunicación institucional un 52.1% de predominancia (adecuada) y realidad institucional de 51 % (regular). La estadística descriptiva en este punto da a entender que se evidencia una gestión regularmente buena en cuanto a los niveles y toma de acción y decisión para el mejoramiento de los procesos organizacionales en cuanto a la actualización, generación de información, fiabilidad y capacidad de respuesta lo que amerita vaga supervisión para aumentar dichos niveles a la excelencia.

Consecuentemente, se analizarán los resultados en cuanto a la contrastación de hipótesis se refiere, abordadas en función de las dimensiones de la variable independiente “calidad de servicio”.

La primera hipótesis específica bajo una correlación del 0.997 se concilia determinar que: *“Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022”*.

En cuanto a la segunda hipótesis específica bajo una correlación del 0.980 se determina que: *“Existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022”*.

Asimismo, la tercera hipótesis específica, bajo una correlación positiva de 0.969, indica que: *“Existe relación directa y significativa entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022”*.

La cuarta hipótesis específica bajo una correlación de 0.957 logra determinar que: *“Existe relación directa y significativa entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022”*.

La quinta hipótesis específica con una correlación de 0.954, indica que: *“Existe relación directa y significativa entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022”*.

Estos resultados de las hipótesis específicas guardan estrecha relación con los resultados esclarecidos en las investigaciones abordadas por Pérez et al. (2022) quien abordó la gestión administrativa y la calidad de servicio en concordancia con la normativa legal, cuyos resultados esclarecen el vínculo entre las actividades o dimensiones de la gestión administrativa sobre la calidad de servicio. Asimismo, Ccosñislla (2022) en su abordaje investigativo por medio de la aplicación de su cuestionario a 138 participantes, esclareció una fuerte correlación en las hipótesis en un 0.40 y 0.69, lo que sugiere a la comunidad científica mayores estudios y alcances en cuanto a las variables “calidad de servicio” y “control interno”. Por su parte, Izquierdo (2021) establece varios métodos para evaluar la calidad de servicio, sin embargo, establece que, dentro de una exhaustiva búsqueda de información, se evidencia dicha relación en cuanto a la confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad, sobre su repercusión en la imagen institucional y administración pública.

Por último, con relación a la hipótesis general de estudio, con una correlación fuerte de 0.996, determina que: *“Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022”*

Lo expresado en el párrafo anterior, es amparado por las investigaciones realizadas por Monzon (2018) donde la asociación de los niveles de satisfacción repercutió en la calidad de atención a los usuarios, donde dicho autor, esclarece que actualmente se tienen evaluaciones continuas del servicio que se brinda, para que las persona señale su grado de satisfacción y teniendo como fundamento esos datos, efectuar las correcciones pertinentes en la atención. Se vive en un entorno de competencia, el cual nos constriñe a ofrecer servicios de excelencia. Asimismo, a nivel teórico y

epistemológico Romero et al. (2021) esclarece la correlación fuerte entre el servicio, calidad y satisfacción donde los resultados revelaron que es indudable relación existente en la calidad de servicio y la pertinente satisfacción del usuario en la empresa en cuestión y concluyeron que un servicio de calidad debe coincidir con los requerimientos de los usuarios y sus realidades de percepción, ya que él mismo es el que percibe su entorno de negocio, basándose siempre en sus expectativas de servicio y finalmente demostrando su satisfacción de lo recibido.

Desde este punto de vista crítico, se espera haber dilucidado un poco más del campo investigativo de este tipo de correlación de estudio de las variables “calidad de servicio” e imagen institucional” como aporte en miras de seguir la línea de investigación y aporte a las entidades públicas y desarrollo del conocimiento empírico y científico.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Se evidenció a nivel descriptivo los resultados del cuestionario de la variable “calidad de servicio” aplicado a las personas que frecuentan la municipalidad objeto de estudio. Se esclareció que del 100 % de los participantes encuestados el 52.4 % (200), mencionan un cumplimiento “adecuado” en cuanto a todas las dimensiones que compete la variable con sus respectivos ítems. Asimismo, el 47.6 % (182) perciben un cumplimiento “regular” de los ítems del cuestionario.; y, se comprobó que: existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022 (0.996,  $P<0.005$ ).

**SEGUNDA:** Se evidenció una predominancia del 58.9 % (225) “adecuado” en cuanto a la atención inmediata a su llegada a la municipalidad sin tomar en consideración su condición o estatus económico, atención de la municipalidad por parte de un servidor público y servicio proporcionado adecuado. Por su parte, el 41.1 % (157) se posicionan en la escala de medición “regular” en cuanto a la confiabilidad y los ítems que la componen dentro del desenvolvimiento de la municipalidad; y, se comprobó que: existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022 (0.997,  $P<0.05$ ).

**TERCERA:** Se evidenció 45.3 % (173) en el reglón de medición “adecuado” y “regular” en cuanto a la atención rápida de la municipalidad, servicio oportuno por parte de la misma y demostración de ayuda por parte de los servidores de la municipalidad. Asimismo, se evidencia que el 9.4 % (36) de los participantes encuestados se posicionan en un nivel de medición “inadecuado” en cuanto a los ítems previamente mencionados de la dimensión; y, se comprobó que: existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022 (0.980,  $P<0.05$ ).

**CUARTA:** Se evidenció que el 56 % (214) de los participantes se posicionan en un nivel de respuesta “adecuado”, en cuanto al cumplimiento de la seguridad en cuanto a las transacciones con el personal de la municipalidad, prestación del tiempo necesario para responder a dudas por parte de los servidores de la municipalidad y duración de la atención privada durante la estancia en el recinto municipal. Por su parte, el 44 % (168) de los participantes, se posicionan en un renglón de respuesta “regular” en cuanto al cumplimiento de los ítems mencionados previamente; y, se comprobó que: existe relación directa y significativa entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022 (0.969,  $P<0.05$ ).

**QUINTA:** Se evidenció que, el 51 % (195) establecen un nivel de medición “adecuado” en cuanto a recibir una atención individualizada como usuarios, conocimiento de las necesidades específicas como usuarios por parte del personal de atención y horarios flexibles y adaptados a diversidad de usuarios. Consecuentemente, el 46.1 % (176) establecen que de manera “regular” se cumple con dichos parámetros o ítems de la dimensión mencionados; y, finalmente, el 2.9 % (11) mencionan que el cumplimiento es “inadecuado” en cuanto a dichos ítems; y, se comprobó que: existe relación directa y significativa entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022 (0.957,  $P<0.05$ ).

**SEXTA:** Se evidenció que, el 67.5 % (258) establecen un nivel de cumplimiento “regular” en cuanto a la toma en consideración la muestra de equipos y nuevas tecnologías para los procesos en sintonía con la modernidad, instalaciones cómodas y visualmente atractivas y ambientes de servicio limpios y cómodos. Asimismo, el 30.4 % (116) de los encuestados establecen un nivel de respuesta “adecuado”; y, finalmente el 2.1% establece un cumplimiento “inadecuado” de los ítems de dicha dimensión; y, se comprobó que: existe relación directa y significativa entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022 (0.954,  $P<0.05$ ).

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Al personal de la alta gerencia y directiva, se recomienda tomar en consideración los resultados esclarecidos en cuanto a la correlación de la variable “calidad de servicio” e “imagen institucional” en los niveles más bajos esclarecidos a nivel descriptivo. Asimismo, se sugiere la aplicación del programa de incentivos estratégicos, ya que está destinado a recompensar y reconocer el trabajo duro que conduce a resultados exitosos. En la misma línea, esta idea debería revisarse para reflejar los deseos y requisitos cambiantes de la mano de obra para maximizar los efectos positivos de una cultura de reconocimiento y recompensa.

**SEGUNDA:** Al personal de la alta gerencia y directiva, se recomienda tomar en consideración los resultados esclarecidos en cuanto a la correlación de la dimensión “confiabilidad” e “imagen institucional” en los niveles más bajos esclarecidos a nivel descriptivo. El servicio es significativo, inspirador y desafiante, por lo que las personas con altos niveles de percepción pueden relacionarse fácilmente con él. Esto hace que ir a la escuela en la ciudad sea algo que normalmente les entusiasma y les enorgullece. Los que tienen puntuaciones bajas no se identifican con la baja satisfacción porque no creen que la experiencia sea significativa, motivadora o desafiante, y no se sienten entusiasmados o felices con los servicios ofrecidos.

**TERCERA:** Al personal de la alta gerencia y directiva, se recomienda tomar en consideración los resultados esclarecidos en cuanto a la correlación de la dimensión “capacidad de respuesta” e “imagen institucional” en los niveles más bajos esclarecidos a nivel descriptivo. Esto deja en evidencia el potencial por parte de la municipalidad en responder a las necesidades y requerimientos de los clientes, por lo que el establecimiento de seguimiento continuo con base a las necesidades individuales promueve la búsqueda de soluciones necesarias para una respuesta inmediata de solución.

**CUARTA:** Al personal de la alta gerencia y directiva, se recomienda tomar en consideración los resultados esclarecidos en cuanto a la correlación de la dimensión “seguridad” e “imagen institucional” en los niveles más bajos esclarecidos a nivel

descriptivo. Abordando procedimientos seguros y confiables promueve la viabilidad en materia de seguridad de los consumidores.

**QUINTA:** Al personal de la alta gerencia y directiva, se recomienda tomar en consideración los resultados esclarecidos en cuanto a la correlación de la dimensión “empatía” e “imagen institucional” en los niveles más bajos esclarecidos a nivel descriptivo. Los valores morales y sentimentales, donde se esclarece la empatía, amabilidad y percepción de las necesidades, promueven la idoneidad y confiabilidad de los usuarios para expresar lo que se requiere realmente realizar por medio de los servicios de la municipalidad.

**SEXTA:** Al personal de la alta gerencia y directiva, se recomienda tomar en consideración los resultados esclarecidos en cuanto a la correlación de la dimensión “tangibilidad” e “imagen institucional” en los niveles más bajos esclarecidos a nivel descriptivo. Recomendando promover servicios tangibles, económicos y nada traumáticos para los clientes promueve la recursividad de visita al entorno público.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atamara, T. & Vega, D. (2020). Comunicación corporativa y branded content en Facebook: un estudio de las cuentas oficiales de las universidades peruanas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 37-53. <http://dx.doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a3>
- Berry, L., Bennet, D., & Brown, C. (1989). *Calidad de servicios, una ventaja estratégica para instituciones financieras* (1ª ed.). Ediciones Diaz de Santos.
- Bravo-Gil, R., Montaner-Gutiérrez, T., & Pina-Pérez, J. M. (2009). La imagen corporativa de la banca comercial. Diferencias entre segmentos de consumidores. *Universia Business Review*, 21(1), 66-83. <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/686>
- Ccosñislla, N. (2022). *Sistema de Control Interno y Calidad de Servicio en la Municipalidad Provincial de Abancay, año 2021* [Universidad César Vallejo]. <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3000/SilvaAcosta.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/106>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1252296>
- Decreto Supremo N° 004-2013. Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021, (2013). <https://iidesiperu.pe/los-cinco-pilares-centrales-de-la-politica-de-modernizacion-de-la-gestion-publica/>
- Díaz, J., Núñez, L. & Cáceres, K. (2018). Influencia de las competencias gerenciales y la gestión por resultados en la imagen institucional. *Fides et Ratio*, 16(16), 169-197. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2071-081X2018000200010&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2071-081X2018000200010&lng=pt&nrm=iso)
- Dolan, S., Valle, R., Jackson, S., & Schuler, R. (2007). *La Gestión de los Recursos Humanos* (3ª ed.). MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/>
- Duque, E. & Carvajal, L. (2015). La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica. *Suma de Negocios*, 6(13), 114-123. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.011>
- Fombrun, C. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press. <https://doi.org/10.1002/npr.4040150212>

- Ganga, F., Alarcón, N., & Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare: Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 66-83. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios* (Ed.). Díaz de Santos. <https://books.google.com.co/books?id=rKAGC6DkiVAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Guédez, C. & Osta, K. (2012). Factores de la imagen institucional universitaria: perspectiva desde un sector del público interno, personal administrativo. *Revista Ingeniería Industrial*, 11(2). <https://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/28>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. p. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta Ed). Mc Graw Hill Interamericana. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1a Ed.). McGraw-Hill Interamericana. <http://190.57.147.202:90/xmlui/handle/123456789/2661>
- Izquierdo, J. R. (2021). La Calidad De Servicio En La Administración Pública. *Horizonte Empresarial*, 8(1), 425-437. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Klinger, R., Olaya, J., Rentería, E., Canaval, J., Luz, A., Mosquera, J. & Bermúdez, M. (2014). Medición de la imagen institucional de una universidad entre estudiantes de último año de educación secundaria. *Sophia*, 10(1), 83-94. <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/sophia/article/view/220>
- Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia* (Ed.). Díaz de Santos. <https://books.google.com.pe/books?id=-hJVcH5nSp0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- León, P. (2018). *Calidad del servicio en el Gobierno autónomo descentralizado del cantón San Miguel de Bolívar, para fortalecer su imagen institucional* [Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/8025>
- Loli, A., Del Carpio, J., Cuba, E., Morales, S., Flores, M., & Lamas, L. (2013). La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de Lima

- Metropolitana. *Revista IIPSI*, 16(1), 171-190.  
<https://doi.org/10.15381/rinvp.v16i1.3926>
- Martínez, D. Y. (2016). FACTORES CLAVE EN MARKETING ENFOQUE: EMPRESAS DE SERVICIOS. *Scientific e-journal of Human Sciences*, 34(12), 42-58. <http://www.revistaorbis.org/contenido.html>
- Martínez-Tur, V., Peiró, J. M., & Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente* (Ed.). Síntesis.
- McCarthy, E., & Perreault, W. (2001). *Marketing: un enfoque global*. McGraw-Hill Interamericana. <https://www.worldcat.org/title/marketing-un-enfoque-global/oclc/926428244>
- Mejia, E. J., & Medina, G. P. (2019). *Calidad de servicio y su relación con la imagen corporativa de la municipalidad distrital de cerro colorado, año 2019*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional San Agustín de Arequipa]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10963>
- Monzon, G. I. (2018). *Factores asociados al nivel de satisfacción, sobre la calidad de atención del usuario externo en los centros de Salud de Alto Selva Alegre, Buenos Aires de Cayma, Chiguata y Characato. Arequipa – 2018* [Tesis Doctoral, Universidad Nacional de San Agustín]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10513>
- Ñaupas, H., Valdivia, M. R., Palacio, J. J., & Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5a. Ed.). Ediciones de la U. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124. <https://doi.org/10.2307/1252255>
- Pereira, O. (2021). La imagen institucional y el cumplimiento misional como predictores de la satisfacción estudiantil. *Apuntes Universitarios*, 11(3). <https://apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe/index.php/revapuntes/article/view/703/779>
- Perez-Benites, W. E., Colcha-Ortiz, R. V., Serrano-Aguilar, J. F., & Moreno-Albuja, M. C. (2022). *Gestión Administrativa y Calidad de Servicio de Acuerdo a la Normativa*

- Legal. *Polo del Conocimiento*, 7(2), 1077-1088.  
<https://doi.org/10.23857/pc.v7i1.3634>
- Pizzolante, Í. (1997). *Reingeniería del pensamiento. Identidad e imagen corporativa: Una estrategia para crecer*. Panapo.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (Ed). The Free Press.
- Rey, M. (1999). *Calidad del servicio al cliente y gestión de reclamaciones* (Ed.). Editorial, Ceade.
- Rincón, J. (2011). *Análisis Epistemológico de la Administración Pública, la Gerencia y la Gestión Pública y la Gerencia Social*. Digiprint editores E.U. Bogotá.  
<https://isbn.cloud/9789584486127/analisis-epistemologico-de-la-administracion-publica-la-gerencia-y-la-gestion-publica-y-la-geren/>
- Rodiman, Gunawan, A., Wahyuni, S. F., & Jufrizen. (2018). The Effect of Marketing Mix, Service Quality, Islamic Values and Institutional Image on Studentsâ Satisfaction and Loyalty. *Expert Journal of Marketing*, 6(2), 95-105.  
<https://marketing.expertjournals.com/23446773-611/>
- Romero, A., Alfonso, I., & Wong, L. (2020). Quality of service and level of satisfaction in health center rehabilitation areas. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7(2), 1-15. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v32i1.2070>
- Romero-Carazas, R., & Colmenares, Y. (2021). Análisis de la evasión tributaria en el Perú. *Revista Contacto*, 1(2), 1-13.  
<https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/view/2402>
- Romero-Carazas, R., Espinoza, R., Leiva, Z., & Quiroz, T. (2021). Servicio , Calidad y Satisfacción en una Empresa Rent a Card. *Sinergias Educativas*, E1, 1-14.  
<https://doi.org/10.37954/se.vi.209>
- Romero-Carazas, R., Soria, M. E., Del Castillo, W., & Colmenares, Y. (2021). Estudio del impuesto predial en gobiernos locales del Perú. *ECA Sinergia*, 12(3), 124-134.  
[https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v12i3.3583](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v12i3.3583)
- Sotelo, J. G., & Figueroa, E. G. (2017). El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 8(15), 582-609. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.312>

- Staton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (14<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill Interamericana.  
<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Terán, T. N., Gonzáles, J., Ramirez-López, R., & Palomino, G. P. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184-1197. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i1.320](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320)
- Torres, M., & Vásquez, C. L. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Artículo de la revista Compendium*, 18(35), 58-76. <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/64>
- Vargas, E. M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas* (Ed.). ECOE.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=p930DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=calidad+y+servicios+teorías&ots=ETYZo7ZdAZ&sig=B\\_rjDDeKwLeP2WKqxu\\_zdpY7etg#v=onepage&q=calidad+y+servicios+teorías&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=p930DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=calidad+y+servicios+teorías&ots=ETYZo7ZdAZ&sig=B_rjDDeKwLeP2WKqxu_zdpY7etg#v=onepage&q=calidad+y+servicios+teorías&f=false)
- Yucra, R., & Sanchez, J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de las Piedras, 2018* [Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios].  
<http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/485/004-3-10-012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Živković, N., Glogovac, M., & Kovačević, B. (2020). Determining the quality of municipal services using SERVQUAL model. *Proceedings of the 5th IPMA SENET Project Management Conference (SENET 2019)*, 108(Senet), 16-21. <https://doi.org/10.2991/senet-19.2019.4>

# ANEXOS

**Tabla 18***Matriz de consistencia*

<b>CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO - AREQUIPA,2022</b>						
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>INTRUMENTOS</b>
¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022?	Determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.	Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.		Confiabilidad	<b>Tipo:</b> Básica o pura	
				Capacidad de respuesta	<b>Diseño:</b> No experimental	
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>	<b>Variable 1:</b> <b>Calidad de servicio</b>		<b>Corte:</b> Transversal	Cuestionario para calidad de servicio
¿Cuál es la relación entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022?	Analizar la relación entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.	Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.		Seguridad	<b>Nivel:</b> Correlacional	
¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la	Analizar la relación entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional de la	Existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la imagen		Tangibilidad	<b>Población:</b> Son pobladores de los servicios que presta la	

Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022?	Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.	institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.			Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero – Arequipa, cuyo promedio es de 55871 personas.	
¿Cuál es la relación entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022?	Analizar la relación entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.	Existe relación directa y significativa entre la seguridad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.				
¿Cuál es la relación entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022?	Analizar la relación entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.	Existe relación directa y significativa entre la empatía y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.	<b>Variable 2:</b>			
¿Cuál es la relación entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022?	Analizar la relación entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.	Existe relación directa y significativa entre la tangibilidad y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa,2022.	<b>Imagen institucional</b>			
				<b>Identidad institucional</b>		
				<b>Comunicación institucional</b>	<b>Muestra:</b> Debido a que se abarca a número apropiado por encuestar, se precisa que se considera a 382 personas que frecuentan la Municipalidad en estudio.	Questionario para imagen institucional
				<b>Realidad institucional</b>		

*Nota:* Elaboración propia

**Tabla 19**  
*Matriz de relación*

**Matriz Relación Ítem - Indicador - Dimensión**

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	Escala de valoración
Calidad de servicio	Confiabilidad	Preparación al personal	01,03	Inadecuado (3-7)
				Regular (8-11)
		Información a los familiares		Adecuado (12-15)
	Capacidad de respuesta	Disposición por la ayuda	04,06	Inadecuado (3-7)
		Tiempo de espera		Regular (8-11)
		Rapidez de respuesta		Adecuado (12-15)
	Seguridad	Desempeño	07,09	Inadecuado (3-7)
		Precisión		Regular (8-11)
		Confianza		Adecuado (12-15)
	Empatía	Amabilidad del personal	10,12	Inadecuado (3-7)
		Trato personalizado		Regular (8-11)
		Buena comunicación		Adecuado (12-15)
		Señalización municipal		Inadecuado (3-7)
	Tangibilidad		13,15	Regular (8-11)
Comodidad en los ambientes		Adecuado (12-15)		

*Nota:* Elaboración propia.

**Tabla 20**  
*Matriz de relación*

**Matriz relación ítem-indicador-dimensión**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración
Imagen institucional	Identidad institucional	Cultura institucional	01,05	Inadecuado (5-12)
		Filosofía institucional		Regular (13-18)
	Comunicación institucional	Medios de comunicación	06,09	Adecuado (19-25)
		Relaciones interpersonales		Inadecuado (4-9)
	Realidad institucional		10,15	Regular (10-14)
		Experiencia personal		Adecuado (16-20)
		Servicios que brinda		Inadecuado (6-14)
		Recursos humanos y materiales		Regular (15-22)
	Atención al cliente		Adecuado (23-30)	

*Nota:* Elaboración propia.



### Instrumentos de recolección de datos

#### CUESTIONARIO DE OPINIÓN

#### CALIDAD DE SERVICIO

**OBJETIVO:** Determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

**INSTRUCCIONES:** A continuación, encontrará una lista de preguntas. En cada pregunta debe elegir una de las opciones que la acompañan. Marca con un (X) la que considere adecuada.

**1. NUNCA      2. CASI NUNCA      3. A VECES      4. CASI SIEMPRE      5. SIEMPRE**

DIMENSIONES	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
CONFIABILIDAD	1. Usted o su familiar fueron atendidos inmediatamente a su llegada a la municipalidad sin importar su condición socioeconómica.					
	2. La atención en la municipalidad estuvo a cargo del servidor público.					
	3. En la municipalidad el servicio proporcionado fue adecuado.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4. La atención en la municipalidad fue rápida.					
	5. Recibió un servicio oportuno por parte del personal de la municipalidad.					
	6. El personal de la municipalidad siempre demostró estar dispuesto a ayudarlo.					
SEGURIDAD	7. Me siento seguro cuando efectúo transacciones con el personal de la municipalidad.					
	8. El servidor público que lo atendió en la municipalidad le brindo el tiempo necesario para contestar sus dudas.					
	9. Durante su atención en la municipalidad se respetó su privacidad.					
EMPATÍA	10. Recibo una atención individualizada como usuario.					
	11. El personal de la municipalidad conoce mis necesidades específicas como usuario.					
	12. La municipalidad tiene horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de usuarios.					
TANGIBILIDAD	13. En la municipalidad se muestran equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.					
	14. Las instalaciones físicas de la municipalidad son cómodas y visualmente atractivas.					
	15. Los ambientes de servicio de la municipalidad estuvieron limpios y cómodos.					



## Instrumentos de recolección de datos

### CUESTIONARIO DE OPINIÓN

#### IMAGEN INSTITUCIONAL

**OBJETIVO:** Determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero-Arequipa, 2022.

**INSTRUCCIONES:** A continuación, encontrará una lista de preguntas. En cada pregunta debe elegir una de las opciones que la acompañan. Marca con un (X) la que considere adecuada.

1. NUNCA      2. CASI NUNCA      3. A VECES      4. CASI SIEMPRE      5. SIEMPRE

DIMENSIONES	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
IDENTIDAD INSTITUCIONAL	1. Considera usted que el área de atención al cliente tiene prestigio reconocido a nivel regional.					
	2. Considera usted que la municipalidad mejora permanentemente sus servicios.					
	3. Considera usted que el personal de la municipalidad cuenta con valores éticos y profesionales.					
	4. Cree usted que el uso correcto del uniforme le ayuda a identificar a los servidores de la municipalidad.					
	5. Considera usted que el trabajo que realiza en la municipalidad tiene un impacto en la gestión pública.					
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	6. Considera usted que la municipalidad proporciona correctamente la publicidad visual, auditiva y señalizaciones para promocionar servicios.					
	7. Considera usted que el personal de la municipalidad que labora en el área de atención al cliente otorgó información precisa al usuario.					
	8. Considera usted que el personal de municipalidad utiliza la estrategia del trabajo en equipo para resolver problemas de los usuarios.					
	9. Considera que el trato recibido por la municipalidad demuestra amabilidad, respeto y confianza					
REALIDAD INSTITUCIONAL	10. Cree usted que la atención de la municipalidad es personalizada.					
	11. Cree usted que la atención por parte de la municipalidad es equitativa entre los usuarios.					
	12. Considera usted que la municipalidad desarrolla sus actividades de manera planificada.					
	13. Cree usted que en la municipalidad la asistente social cumple un rol importante en la solución de los problemas de los usuarios.					
	14. Cree usted que la municipalidad posee una buena infraestructura que ayude en la atención del usuario.					
	15. Cree usted que la municipalidad cuenta con el equipamiento y tecnología necesaria para atender al usuario.					

### Estadísticas de

Alfa de Cronbach	N de elementos
---------------------	-------------------

Todo el cuestionario	0.991	30
----------------------	-------	----

### Estadísticas de

Alfa de Cronbach	N de elementos
---------------------	-------------------

Variable 1	0.987	15
Variable 2	0.980	15

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30
Cuestionario 1	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	3	5
Cuestionario 2	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 3	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 4	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 5	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 6	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 7	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	2	4	2	2	4
Cuestionario 8	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	5	3	4	4	2	3	2	2	4
Cuestionario 9	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	5	2	4	3	2	3	2	2	4
Cuestionario 10	3	5	3	4	4	2	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	4	2	4	3	2	3	2	2	4
Cuestionario 11	3	5	3	4	4	2	2	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	4	2	4	3	2	3	2	1	4
Cuestionario 12	2	4	3	3	4	2	2	4	4	4	2	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	4	2	3	3	2	2	1	1	3
Cuestionario 13	2	4	3	3	4	2	2	4	4	4	2	3	2	3	4	3	4	1	1	1	1	4	2	3	3	2	2	1	1	3
Cuestionario 14	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	2	2	1	2	4	2	4	1	1	1	1	4	2	3	3	1	2	1	1	3
Cuestionario 15	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	2	2	1	2	4	2	4	1	1	1	1	4	2	3	3	1	2	1	1	3
Cuestionario 16	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	2	2	1	2	3	2	4	1	1	1	1	4	1	3	3	1	2	1	1	3
Cuestionario 17	2	4	2	2	3	2	1	3	3	4	2	2	1	2	3	2	4	1	1	1	1	4	1	3	3	1	2	1	1	3
Cuestionario 18	1	3	2	2	3	1	1	3	2	4	2	2	1	2	3	2	3	1	1	1	1	4	1	2	3	1	2	1	1	2
Cuestionario 19	4	3	2	2	3	1	1	3	2	3	1	2	1	1	3	2	3	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	1	1	2
Cuestionario 20	1	2	1	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	2
Cuestionario 21	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 22	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 23	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 24	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 25	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	2	4	2	2	4
Cuestionario 26	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	5	3	4	4	2	3	2	2	4
Cuestionario 27	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	5	2	4	3	2	3	2	2	4
Cuestionario 28	3	5	3	4	4	2	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	4	2	4	3	2	3	2	2	4
Cuestionario 29	3	5	3	4	4	2	2	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	4	2	4	3	2	3	2	1	4
Cuestionario 30	2	4	3	3	4	2	2	4	4	4	2	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	4	2	3	3	2	2	1	1	3
Cuestionario 31	2	4	3	3	4	2	2	4	4	4	2	3	2	3	4	3	4	1	1	1	1	4	2	3	3	2	2	1	1	3
Cuestionario 32	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	2	2	1	2	4	2	4	1	1	1	1	4	2	3	3	1	2	1	1	3
Cuestionario 33	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	2	2	1	2	4	2	4	1	1	1	1	4	2	3	3	1	2	1	1	3
Cuestionario 34	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	2	2	1	2	3	2	4	1	1	1	1	4	1	3	3	1	2	1	1	3
Cuestionario 35	4	3	2	2	3	1	1	3	2	3	1	2	1	1	3	2	3	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	1	1	2
Cuestionario 36	1	2	1	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	1	2
Cuestionario 37	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 38	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 39	3	5	3	4	4	3	2	5	4	5	3	3	2	3	5	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5
Cuestionario 40	3	5	3	4	4	3	2	4	4	5	3	3	2	3	4	3	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	4	2	2	5



**Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna**

Facultad de Ciencia Jurídicas y Empresariales  
Escuela de Posgrado

**Ficha de Validación de Instrumento de Recojo de Información de Juicio de Expertos**

**I. DATOS INFORMATIVOS:**

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Dr. Iván Apaza Romero	Doctor en Administración	Universidad Peruana Unión	Cuestionario de calidad de servicio	Rafael Romero Carazas
<b>Título:</b> CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO - AREQUIPA, 2022				

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					x
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					x
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					x
4. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					x
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					x
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					x
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					x
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones					x
9. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					x

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN**

Aplicable [ x ]

Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

**IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

Lima, 21 de abril del 2022	06407713		991782248
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono



**Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna**

Facultad de Ciencia Jurídicas y Empresariales  
Escuela de Posgrado

**Ficha de Validación de Instrumento de Recojo de Información de Juicio de  
Expertos**

**III. DATOS INFORMATIVOS:**

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Dr. Iván Apaza Romero	Doctor en Administración	Universidad Peruana Unión	Cuestionario de imagen institucional	Rafael Romero Carazas
<b>Título:</b> CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO - AREQUIPA, 2022				

**IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
10. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					x
11. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					x
12. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					x
13. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					x
14. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					x
15. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					x
16. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					x
17. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones					x
18. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					x

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN**

Aplicable [ x ]

Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

**IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

Lima, 21 de abril del 2022	06407713		991782248
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono



**Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna**

Facultad de Ciencia Jurídicas y Empresariales  
Escuela de Posgrado

**Ficha de Validación de Instrumento de Recojo de Información de Juicio de Expertos**

**I. DATOS INFORMATIVOS:**

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Dr. Alexander David De La Cruz Vargas	Doctor en Administración	Universidad Peruana Unión	Cuestionario de calidad de servicio	Rafael Romero Carazas
<b>Título:</b> <b>CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO - AREQUIPA, 2022</b>				

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					✓
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					✓
4. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones					✓
9. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					✓

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN**

Aplicable []

Aplicable después de corregir [  ]

No aplicable [  ]

**IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

Lima, 22 de abril del 2022	09953871		9438 710 59
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono



Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna

Facultad de Ciencia Jurídicas y Empresariales  
Escuela de Posgrado

**Ficha de Validación de Instrumento de Recojo de Información de Juicio de Expertos**

III. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Dr. Alexander David De La Cruz Vargas	Doctor en Administración	Universidad Peruana Unión	Cuestionario de imagen institucional	Rafael Romero Carazas
<b>Título:</b> CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO - AREQUIPA, 2022				

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
10. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					✓
11. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					✓
12. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					✓
13. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					✓
14. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					✓
15. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
16. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					✓
17. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones					✓
18. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					✓

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [  ]

Aplicable después de corregir [  ]

No aplicable [  ]

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Lima, 22 de abril del 2022	09953871		973871059
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono



**Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna**

Facultad de Ciencia Jurídicas y Empresariales  
Escuela de Posgrado

**Ficha de Validación de Instrumento de Recojo de Información de Juicio de  
Expertos**

**I. DATOS INFORMATIVOS:**

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Mg. David Hugo Bernedo Moreira	Maestro en Gestión Pública	Asesor externo	Cuestionario de calidad de servicio	Rafael Romero Carazas
<b>Título:</b> CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO - AREQUIPA, 2022				

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					X
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones					X
9. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					X

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN**

Aplicable [ X ]

Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

**IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

Juliaca, 21 de abril del 2022	02417608		953760513
<b>Lugar y Fecha</b>	<b>DNI</b>	<b>Firma del Experto</b>	<b>Teléfono</b>



**Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna**

Facultad de Ciencia Jurídicas y Empresariales  
Escuela de Posgrado

**Ficha de Validación de Instrumento de Recojo de Información de Juicio de Expertos**

**III. DATOS INFORMATIVOS:**

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Mg. David Hugo Bernedo Moreira	Maestro en Gestión Pública	Asesor externo	Cuestionario de imagen institucional	Rafael Romero Carazas
<b>Título:</b> CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO - AREQUIPA, 2022				

**IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
10. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					X
11. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					X
12. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
13. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					X
14. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					X
15. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
16. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					X
17. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones					X
18. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					X

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN**

Aplicable [ X ]

Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

**IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

Juliaca, 21 de abril del 2022	02417608		953760513
<b>Lugar y Fecha</b>	<b>DNI</b>	<b>Firma del Experto</b>	<b>Teléfono</b>

### **DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA**

Yo, RAFAEL ROMERO CARAZAS, identificado con DNI° 46590523, egresado de la Unidad de Posgrado de la Maestría en GERENCIA PÚBLICA declaro bajo juramento ser autor del Trabajo de Investigación denominado CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO – AREQUIPA, 2022.

Además de ser un trabajo original, de acuerdo a los requisitos establecidos en el artículo pertinente del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y los reglamentos de autenticidad.

Tacna, 20 de noviembre del 2022



Rafael Romero Carazas

DNI: 46590523

### DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIZACIÓN

Yo, RAFAEL ROMERO CARAZAS, identificado con DNI. N° 46590523, egresado de la Maestría en GERENCIA PÚBLICA de la UNJBG declaro bajo juramento, autorizar, en mérito a la Resolución del Consejo Directivo N° 033-2016-SUNEDU/CD del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, registrar mi trabajo de investigación para optar el: Grado de Maestro (Magister Scientiae) del trabajo de Investigación denominada: CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO-AREQUIPA,2022.



a) **Acceso abierto**; tiene la característica de ser público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulte el repositorio.



b) **Acceso restringido**; solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, mas no al texto completo, ocurre cuando el autor de la información expresamente no autoriza su difusión.

En caso que el autor del trabajo de investigación elija la opción restringida deberá sustentar las razones. Si fuera admitida bajo esta modalidad, se colgará únicamente los datos del autor y el resumen del trabajo de investigación.

Tacna, 20 de noviembre del 2022



Rafael Romero Carazas

DNI: 46590523



"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

José Luis Bustamante y Rivero, 16 de mayo del 2022

**CARTA N° 091-2022-SGGRH-GA-MDJLBYR**

Señor:

**RAFAEL ROMERO CARAZAS**

Estudiante de la Maestría en Gerencia Pública de la Universidad Nacional Jorge Basadre

Presente. -

Referencia : Carta de fecha 19 de abril del 2022. Exp. N° 6058

Por medio del presente se comunica que se ha resuelto como **PROCEDENTE** su pedido de autorización para realizar encuestas en la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero, información que será útil para la elaboración de la tesis titulada: CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO – AREQUIPA 2022: realizándose de la siguiente forma:

- Las encuestas se realizarán los días 07, 09, 13, 15 y 17 de junio del 2022, a un total de las 100 personas, pobladores del Distrito que asisten para la atención de algún servicio.
- La aplicación de la encuesta se realizará en el frontis de la Municipalidad ubicado en la Av. Dolores S/N, por lo tanto las facilidades serán otorgadas por la Gerencia de Administración Tributaria y alguna otra gerencia que corresponda y que desarrolle sus actividades en el Palacio Principal.
- El compromiso del solicitante es presentar un ejemplar de la Tesis al culminar el proceso de investigación.

Sin otro en particular me despido de Usted.

Atentamente,



Lic. Merly Magaña Guillén Chirinos  
Subgerencia de Gestión de Recursos Humanos

Va ha ( 01 ) folios  
C.C. Archivo  
Cod: 6058-22