

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA GERENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MOYOBAMBA 2022”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autor:

José Luis López Vásquez

Asesor:

Mg. Liliana Carrillo Carranza

<https://orcid.org/0000-0003-0085-8528>

Cajamarca - Perú

2022

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Paulo César Cáceres Iglesia	41412453
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Cristhian Paul Cespedes Ortiz	26732973
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Juan Romelio Mendoza	08271350
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

4%

2

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

4%

3

repositorio.unu.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

tesis.usat.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

www.repositorio.unu.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

Submitted to Universidad Internacional de la
Rioja

Trabajo del estudiante

1%

7

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

8

Submitted to University of Northumbria at
Newcastle

Trabajo del estudiante

1%

DEDICATORIA

A mi esposa Auri.
Mi hija Marcia.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi esposa Auri y a mi Hija Marcia por su apoyo incondicional y su comprensión durante todo este proceso, siempre estuvieron conmigo en todo momento y siempre me empujaron a seguir y avanzar profesionalmente

Tabla de Contenidos

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO.....	5
Tabla de contenidos.....	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. MÉTODO.....	21
CAPÍTULO III. RESULTADOS	24
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	29
REFERENCIAS	37
ANEXOS	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pruebas de normalidad.....	24
Tabla 2 Correlaciones entre las dimensiones.....	25
Tabla 3 Correlación de las variables de estudio.....	26
Tabla 4 Operacionzalización de variables.....	40
Tabla 5 Matriz de consistencia.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados por dimensión de la variable experiencia del usuario.....	22
Figura 2. Resultados de la variable satisfacción.....	23

RESUMEN

La práctica de la calidad del servicio es importante para cada organización de servicios, más aún si se desarrollan dentro del sector público, debido a que existe un constante descontento por parte de los usuarios al no encontrar respuestas inmediatas por el mismo sentido burocrático que conlleva estos procesos. El estudio planteó como objetivo general establecer la relación entre la experiencia y satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022. El enfoque del estudio fue cuantitativo, de tipo básico, de nivel correlacional, no experimental y transversal. Se tomaron encuestas a 185 usuarios a quienes se les aplicó un cuestionario que mide las dos variables de estudio. Los resultados mostraron que la relación positiva y moderada se dio en la dimensión de la experiencia del servicio y el más débil con la tranquilidad del usuario, revelando que hay falencias en el cumplimiento de lo ofrecido, así como falta de preparación del personal para mejorar la experiencia dentro del área. Se concluyó que las variables experiencia y satisfacción del usuario mostraron una correlación moderada positiva, por tanto, es necesario que se refuercen las políticas de atención al usuario.

Palabras clave: experiencia del usuario, satisfacción del usuario, entidad pública

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La realidad de los servicios en la actualidad, es bastante compleja, porque no solo se basa en la calidad de su entrega, sino que, para los compradores, constituye elegirlos dentro de un mercado bastante competitivo en donde las empresas buscan complacer de todas formas a los clientes, exigentes cada día más, y que se cumpla con lo prometido; esto implica que se maneje de forma adecuada las percepciones y expectativas de cada uno de ellos. Esta complejidad radica en las características específicas que tienen los servicios, principalmente el ser intangibles, lo que dificulta su control y valoración de resultados, es por ese motivo, que se emplean métodos indirectos para conocer a profundidad el verdadero sentimiento de la experiencia que tiene el usuario frente a estos (Torres y Luna, 2017).

Sumado a este cambio dentro de los servicios públicos, también las acciones de los gobiernos municipales buscan el perfeccionamiento dentro de la gestión del servicio en favor de la ciudadanía; la aparición de nuevos actores y sistemas de gestión, demandan un aprendizaje sistemático de los gobiernos y administraciones que haga de la gestión pública, una forma más eficaz y eficiente, pues, la satisfacción ciudadana en la prestación de los servicios públicos resulta de la esencia del quehacer de los servidores públicos donde se exigen capacidades, habilidades y actitudes que aseguren el cumplimiento eficiente, con un seguimiento a los resultados y midiendo los impactos en la satisfacción de la calidad de la vida del ciudadano (Machín y otros, 2019).

En el contexto nacional, con la globalización, se ha notado un cambio en los paradigmas de la sociedad, se ha introducido un nuevo concepto de competitividad a nivel país, empresa y organización estatal; es importante ver que se han hecho esfuerzos en la política nacional mediante una serie de esfuerzos articulados para garantizar que todos los servicios que se brindan sean de calidad. Por lo tanto, la satisfacción es producto de la calidad y actitud

Experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022 positiva en la atención que manifiesten las organizaciones y como puedan actuar como un sistema generador de innovación, basado en actitudes sociales y la incorporación de políticas públicas (Tapia, 2016).

En la actualidad se observa que existen serios problemas relacionados a la prestación de los servicios públicos que ofrecen las entidades gubernamentales, esto ha repercutido en la insatisfacción de los usuarios respecto a la calidad de los servicios, situación que pone en incertidumbre en cada experiencia de los usuarios; a pesar de los esfuerzos que se realizan, ha generado desconfianza en la solución de los problemas sobre la atención en cada una de las áreas de los municipios, ocasionando molestia, desazón y hasta indiferencia en cada una de las prestaciones (Chunga, 2018).

Situación que se presenta en la Municipalidad Provincial de Moyobamba, encargada de prestar servicios públicos locales, se ha encontrado que en el área de Rentas hay un gran descontento con el servicio recibido por los usuarios. En los últimos sondeos realizados por el responsable de calidad municipal, muchas de las personas han manifestado no estar satisfechos con la experiencia recibida; esta área gestiona usuarios que realizan trámites prediales, vehiculares, pago de impuestos, sanciones tributarias, entre otros. Esto evidencia que hay una brecha entre la expectativa que tienen los usuarios y la realidad de la experiencia del servicio, generando no solo el descontento, sino que una serie de reclamos y quejas que se han incrementado en un 25% respecto al año anterior de acuerdo a el libro de reclamaciones de la institución. Por lo tanto, los niveles de satisfacción se reducen y la experiencia se convierte en un elemento negativo dentro del municipio.

Por lo tanto, la pregunta que surge es: ¿Existe relación entre la experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022?

El objetivo general planteado fue determinar la relación entre la experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022; así mismo, los objetivos específicos fueron: identificar la relación entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario, establecer la relación entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario, definir la relación entre el momento de la verdad y la satisfacción del usuario y analizar la relación entre la tranquilidad y la satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022.

Con ello, se plantearon las siguientes hipótesis: H: Existe una relación positiva entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022; H₁: Existe una relación positiva entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario, H₂: Existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario, H₃: Existe una relación positiva entre el momento de la verdad y la satisfacción y H₄: Existe una relación positiva entre la tranquilidad y la satisfacción del usuario.

Para ahondar más en el tema, Montaña y Alamo (2020) en su tesis “Análisis de la experiencia de Usuario de los Estudiantes de la FICSA utilizando el cuestionario de experiencia de usuario (Ueq+) en el Sistema Servicios en Línea para la Gestión Universitaria”, tuvieron como objetivo el de realizar una evaluación de la experiencia de usuario de los estudiantes de la Universidad Pedro Ruiz Gallo con respecto al sistema de servicios en línea enfocado hacia la gestión universitaria. Para su investigación los autores hicieron uso del cuestionario propuesto por Martin Schrepp y Jörg Thomaschewski. Se encontró que los estudiantes de la universidad tenían una experiencia de usuario aceptable con respecto a los servicios en línea, asimismo, concluyeron que el cuestionario utilizado se adaptó correctamente para aplicarse

de forma virtual y en un contexto en donde la emergencia sanitaria mundial no permitía la presencialidad de los estudiantes.

Por otro lado, Rodríguez y Sotelo (2018) en su tesis “Aplicación de la metodología de experiencia de usuario (UX) en el proceso de diseño web en el curso de Taller Digital III de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL)” tuvo como objetivo principal el de encontrar cómo es que la aplicación de la metodología de experiencia de usuario (UX) mejoraba el proceso de diseño web en el curso Taller Digital III en la carrera de Diseño Gráfico de la UCAL. El estudio fue de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de nivel descriptivo; tomaron encuestas a un grupo de estudiantes a quienes se les aplicó un cuestionario con escala de Likert de cinco niveles. Finalmente, los autores evidenciaron que el uso de la metodología de la experiencia de usuario mejoraba la validación de los aspectos estéticos del diseño web, así como en aspectos funcionales.

Asimismo, Liziano y Villegas (2019) en su tesis “La satisfacción del cliente como indicador de calidad” tuvo como objetivo principal demostrar que la satisfacción del cliente es uno de los indicadores de la calidad de servicio. El método utilizado por los investigadores fue descriptivo de tipo explicativo y se aplicaron cuestionarios a los participantes. Finalmente concluyeron que la satisfacción de los clientes no es el único medio a través del cual se puede alcanzar la calidad, sin embargo, es un requisito indispensable en el modelo teórico.

Por su parte, López y otros. (2018) en su tesis “Satisfacción del usuario en el marco de la relación Estado-Ciudadanos: Políticas y estrategias en el servicio de administración tributaria” tuvo como objetivo principal el de reconocer la relación que existía entre los ciudadanos y el Estado dentro del SAT (Administración Tributaria de Lima) y poder determinar el grado de satisfacción de los usuarios que hacen uso de los servicios. El estudio

fue de tipo básico, de enfoque cuantitativo y de nivel correlacional; así mismo, se aplicaron encuestas a los usuarios. Dentro de lo hallado en la investigación, se encontró que la “complejidad de la gestión” era uno de los aspectos a atender debido a que existía una brecha entre lo que los usuarios esperaban y lo que finalmente recibían. Por otro lado, sucedió lo mismo en cuanto a la “atención del personal”. Finalmente, los otros aspectos a mejorar fueron “accesibilidad”, “infraestructura” y el “tiempo”

Asimismo, Martínez (2016) en su investigación, “La prestación de los servicios públicos de calidad en el siglo XXI”, tuvo como objetivo el analizar a los servicios públicos latinoamericanos, pero más aún al servicio público de Ecuador. El estudio fue de nivel descriptivo, de tipo básica y de diseño no experimental; se hizo un análisis a profundidad sobre la atención mediante una guía de observación, para luego aplicar encuestas a los ciudadanos. Lo hallado por el autor es lo siguiente, a lo largo de los años en Latinoamérica, se ha establecido un aparato público burocrático y rígido. En el caso específico de Ecuador, se busca un enfoque meritocrático y no político, sin embargo, esto aún no se cumple debido a que los puestos con una mayor jerarquía siguen siendo ocupados por personas afiliadas al partido político de turno en el gobierno. Se puede inferir, que uno de los principales problemas de la administración pública es el hecho de que los funcionarios a cargo no son lo idóneos, no tienen el don del trato con la gente, sino que son puestos políticos. Por otro lado, el autor también plantea que los usuarios no pueden ser catalogados como clientes, sino como ciudadanos.

Havíř (2017) en su investigación “Comparación de los enfoques del análisis de la experiencia del cliente”, analiza los diferentes modelos y enfoques que abordan y estudian la experiencia de usuario. Para esto, el estudio planteó un análisis de tipo básico, de nivel descriptivo y se aplicaron cuestionarios a los clientes para medir su experiencia. El principal hallazgo

Experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022 realizado por el autor fue el de que las dimensiones relacionadas a la experiencia de usuario son muy similares a las utilizadas para estudiar la experiencia del cliente.

Por su parte, Castillo y otros (2020) en su investigación “Calidad del servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano” tuvo como principal objetivo el de abordar la calidad de servicio de la municipalidad, enfocada desde un punto de vista del ciudadano. Esto condujo a que el estudio fuese de tipo básico, de nivel descriptivo, con un diseño no experimental y transversal. Se aplicaron 180 encuestas a los participantes ciudadanos y se midió con una escala de Likert. Una de las principales conclusiones del trabajo es que los nudos administrativos son los principales generadores de puntos de dolor para los ciudadanos, al igual que la falta de empatía por parte de los funcionarios para resolver reclamos, la atención virtual es deficiente.

En el aspecto teórico, la experiencia de usuario, Don Norman y Jakob Nielsen como citados en Devin (2016) mencionan que la experiencia de usuario es la que agrupa todos los elementos presentes durante la interacción entre el cliente y los servicios o productos. Asimismo, los autores mencionan que la experiencia de usuario no es necesariamente la usabilidad o la interfaz de usuario.

Por otro lado, de acuerdo con las normas ISO 9241-210:2010, la experiencia de usuario está conformada por las percepciones y las respuestas del cliente como una consecuencia del uso o anticipación de uso de un producto, sistema o servicio. Además, la experiencia de usuario incluye todas las emociones, creencias, preferencias, percepciones, respuestas físicas y fisiológicas, comportamientos y logros de los usuarios que se suscitan antes, durante y después del uso (ISO, 2010).

Asimismo, Hassan y Martín (2005) mencionan que la experiencia de usuario nace en el área de Marketing, y es un concepto sumamente relacionado a la experiencia de marca. En cuanto

a la experiencia de usuario, esta busca estudiar cómo los clientes hacen uso del producto o servicio y la experiencia final que resulta de esto. Con respecto a la experiencia de usuario, Arhippainen y Tähti (2003) la definen como toda la experiencia que obtiene el usuario a raíz de interactuar con un producto en determinadas condiciones.

Para Knapp Bjerén (2003) define la experiencia de usuario como un conjunto de ideas, sensaciones y valoraciones que tiene el usuario como consecuencia del uso e interacción con un producto o servicio, estas ideas se ven influenciadas por los objetivos previos del usuario, así como variables culturales.

Para Becker y Jaakkola (2020) la experiencia de usuario son reacciones involuntarias y espontáneas frente a determinado estímulo, el mismo que puede ser un producto o servicio recibido.

Los autores Hassan y Martín (2005) proponen que la experiencia de usuario es la sensación, sentimiento, respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario en relación a la utilización de un producto. Así como la interacción con el proveedor.

Maklan y Klaus (2011) proponen un modelo teórico para estudiar la experiencia de usuario. Este está compuesto por cuatro dimensiones y 19 ítems.

La primera dimensión corresponde a la “Experiencia de producto”, la cual está relacionada a brindarle a los clientes la percepción de tener diferentes opciones en las que pueden comparar ofertas, debido a que se entiende que los clientes buscan siempre la mejor alternativa así provenga de múltiples proveedores, por ese motivo requieren mayores opciones de lograr experiencias en su compra.

Por otro lado, la experiencia de compra es conocida como la suma de sentimientos, estímulos y emociones que tiene un cliente ante una situación de compra, y que puede tener efecto tanto al momento de comprar como al momento de consumir. Las empresas están dedicando

muchos esfuerzos en generar una buena experiencia al cliente, concepto que se relaciona con todos los servicios que acompañan la compra con el fin de mejorar la realización de adquirir el producto o servicio. Por tanto, este comportamiento se refiere específicamente a la compra en lugares físicos u otros canales donde se busca el placer del cliente y que se *denomina user experience*.

La segunda dimensión del modelo propuesto es la de “Orientación al resultado”, está relacionada a la reducción de costos durante la transacción de los clientes, esto incluye la búsqueda y calificación de diferentes proveedores. Estos resultados se basan en la experiencia de compra que desempeña a su vez, un papel clave en el hábito y posterior compra del cliente, buscando que las estrategias aplicadas den resultados con el fin de mejorar la conversión de ventas en experiencia que se traduce en mayores ingresos económicos para la organización.

Las experiencias obtenidas dentro del proceso de compra influyen para que los resultados finales sean positivos dentro del negocio, debido a que la organización se enfoca en ofrecer una mejor experiencia al cliente, los ingresos son los resultados de un buen trabajo realizado, esto anima a que los demás usuarios que son captados por las experiencias ajenas, inclinen su decisión de tomar como opción al negocio y esto consigue mayores tasas de retención de clientes.

La tercera dimensión es “Momentos de la verdad”, esta dimensión está relacionada con la flexibilidad y la recuperación del servicio frente a complicaciones que puedan surgir de manera imprevista. En esta dimensión también se abarca las habilidades interpersonales de los colaboradores que brindan el servicio o realizan la venta del producto. En otras palabras, se refiere a la respuesta que obtiene el usuario frente a situaciones complicadas e imprevistas, y que comprenden ocasiones para que el usuario entre en contacto con la organización de

forma que emita a su vez una opinión positiva sobre la calidad del servicio recibida; este momento de confrontación es conocido como el momento de la verdad.

Por otro lado, esta acción ejecutada con los clientes, tiene cinco fases o momentos donde el cliente entra para definir si considera tomar el servicio, entonces, el primero en aparecer es el momento cero, o llamado momento de investigación, que es el primer contacto con el negocio. El siguiente es el llamado primer momento o momento de elección, donde se ejecuta el proceso de decidir que comprar; el segundo momento llamado momento de compra, es cuando el cliente ya decidió que tomar en el negocio y decide obtener el producto o servicio; así también, el tercer momento, es conocido como momento de reacción, y busca ver cómo se comporta el cliente con el producto o servicio para que finalmente, el momento cuarto, es el momento de la post compra, donde se analiza el momento posterior a la adquisición del producto o servicio.

Por último, la cuarta dimensión corresponde a “Tranquilidad”, esta dimensión está relacionada a todos los aspectos emocionales del servicio y se sustenta sobre la experiencia percibida por el usuario con respecto al proveedor, así como en la forma en cómo el proveedor le orientó durante la compra. Todo esto genera que el usuario se sienta tranquilo e incremente la confianza que tiene con el proveedor. Es aquí cuando el customer experience busca la retención del cliente y la lealtad de una manera sana y no intrusiva, es por eso que se refuerza con estrategias de marketing para el logro de lo planificado.

No obstante, la experiencia de compra al consumidor está ligado a todo lo emocional que puede representar para él, lo que logra con su valoración en el ciclo de compra y los factores que abarcan al estar tranquilo luego de la adquisición del servicio y su experiencia dentro de ella.

Armstrong y Kotler (2013) definen el servicio como cualquier acto o servicio que una parte pueda prestar a otra, es esencialmente inmaterial y no da lugar a la propiedad de nada. Su producción puede o no estar ligada a un producto físico.

En cuanto a la satisfacción del usuario Morillo y Morillo (2016) la definen como el grado de cumplimiento de las expectativas del usuario, por ende, la satisfacción es un concepto que pertenece al ámbito de la psicología. Por lo tanto, medir la satisfacción del usuario, es una forma de medir el nivel de complacencia de los usuarios con respecto a sus expectativas, necesidades y deseos.

Por otro lado, Crato (2010) define la satisfacción del usuario como la satisfacción del cliente que se produce una vez realizada la evaluación de lo recibido frente a sus expectativas, de esta forma determina si superó lo esperado. Es así como la satisfacción resulta de la percepción menos las expectativas.

Por su parte, Zeithmal y otros. (2009) definen la satisfacción del usuario como el resultado que se obtiene a través de la evaluación hecha por el cliente acerca del servicio que ha recibido, en otras palabras, en base a las experiencias pasadas de los usuarios, estos contrastan las expectativas con el servicio finalmente recibido. Es así como si el cliente no ha quedado satisfecho es porque el servicio no cumplió o superó sus expectativas.

Para Shaw (1997) como citado en López y otros. (2018) la satisfacción del usuario es el juicio que aplica el cliente sobre si el servicio o producto tuvo un nivel agradable de recompensa.

Para el desarrollo de la presente tesis, se ha tomado el modelo propuesto por Rojas (2015), el cual consta de una dimensión, la cual corresponde a la experiencia de servicio, en donde esta se refiere a la opinión que tiene el usuario con respecto a la calidad del servicio y si esta reúne las características para poder cumplir sus expectativas. Asimismo, mencionan que la

satisfacción del cliente es el resultado psicológico de una experiencia de consumo, ya sea de un producto o servicio.

La investigación se justifica porque la experiencia del cliente dentro de una organización es trascendente para el logro de resultados que permitan al usuario, en este caso de la municipalidad, comprender mejor su percepción y expectativa sobre lo que recibe cuando hace uso de los servicios dentro de ella; con este diagnóstico, se podrá tener un conocimiento amplio que, junto a los elementos teóricos usados en el estudio, permitan profundizar en la experiencia del usuario y sirva además, como una base futura de estudios similares en organizaciones públicas.

CAPÍTULO II. MÉTODO

El enfoque del estudio fue cuantitativo, al tomar métricas para la recolección y análisis de los datos del estudio; así mismo, fue de tipo básico, porque se pretendió conocer de forma más completa, la comprensión de los aspectos fundamentales de la experiencia de los usuarios mediante los hechos observables productos de la relación entre la entidad municipal y los que requieren de sus servicios (Ñaupas y otros, 2018).

Por otro lado, fue un estudio prospectivo, al tomar información de acciones o comportamientos de los usuarios en la organización pública; de corte transversal y no experimental al no manipularse ninguna variable de estudio; fue de nivel correlacional porque se analizaron las dos variables de estudio y la relación existente entre ambas; pues como manifiestan Hernández y Mendoza (2018), para este tipo de estudio, se requiere analizar de forma objetiva cada uno de los datos.

En lo que respecta a la población, estuvo conformada por los usuarios que han tomado el servicio en la Gerencia de Administración Tributaria de la MPM en el periodo del año 2021. De acuerdo a los datos obtenidos, se tiene un promedio en los doce meses de 1062 usuarios. Luego de aplicar la fórmula, se obtuvo un total de 185 encuestas a realizar. Se aplicó la fórmula de población finita para hallar la muestra, y el muestreo fue de tipo probabilístico aleatorio sistemático.

Se usaron los parámetros estadísticos de $z = 95\%$; $p = 70\%$; $q = 30\%$, $N = 1062$ y $e = 6\%$, como se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,7 * 0,3 * 1062}{0,06^2 * (1,062) + 1,96^2 * 0,7 * 0,3}$$

$$n = 185.19$$

La técnica empleada para el estudio fue la encuesta con su instrumento el cuestionario, que constó de 23 ítems por cada una de las dimensiones del modelo, se empleó la escala de Likert de manera ordinal midiendo en cinco niveles: (1) muy en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) indiferente, (4) de acuerdo y (5) muy de acuerdo. Cabe señalar que el instrumento fue adaptado según los modelos conceptuales empleados para el estudio, (Klaus y Maklan, 2011) para la experiencia del usuario y (Rojas, 2015) para satisfacción del usuario. Con estos, se procedió a la validez de tres expertos para su opinión respecto a la pertinencia, relevancia y claridad del instrumento. Respecto a la fiabilidad, se empleó el análisis de confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach; una vez realizada la prueba piloto, se procedió a construir una base de datos con toda la información obtenida. Para la encuesta, se tuvo contacto con los usuarios mediante la base de datos que ha sido proporcionado por la entidad municipal para fines netamente de investigación, con esto, se tomó la encuesta a cada una de las personas que estén dentro de los ambientes realizando alguna documentación o trámite.

Se aplicó la estadística descriptiva e inferencial para el plan de procesamiento de datos, se empleó la prueba KMO para demostrar el constructo multidimensional en el programa SPSS V.25. Así también, se aplicó el análisis de coeficiente de correlación RhO de Spearman, al evaluar la relación de las dos variables ordinales en el estudio. Para ello se empleó el baremo de correlación con lo siguiente: De 0 – 0,25 existe una relación escasa o nula; entre 0,26 – 0,50 una relación débil; entre 0,51 – 0,75 una relación moderada y fuerte; y, 0,76 – 1,00 una relación fuerte y perfecta (Martínez y otros, 2009).

Finalmente, los aspectos éticos tomados para la investigación se centraron en tres principios; el primero, el respeto por las personas involucradas dentro del estudio, quienes fueron los contribuyentes quienes aportaron con sus respuestas en cada uno de los cuestionarios empleados, se ha considerado sus respuestas y no han sido presionados o conminados de alguna manera para su participación o respuesta. Así mismo, el principio de beneficencia, que fue en favor de los usuarios del servicio dentro del municipio, pues se ha tomado los resultados con el único objetivo de mostrar la realidad para que pueda recomendarse acciones de mejora; por otro lado, la organización se ve beneficiada con lo hallado porque a partir de las conclusiones, puede tomar acciones en pos de mejorar su servicio. Finalmente, se ha considerado el principio de justicia, siendo imparciales con los usuarios y el área de Rentas de la municipalidad, no se han hecho conjeturas adelantadas y se ha esperado los resultados finales para tomar una opinión basada en la investigación científica.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Dentro de este capítulo, se analizan los resultados en primer lugar estadísticos para luego mostrar los resultados estadísticos inferenciales de acuerdo a los objetivos planteados.

- Resultados descriptivos

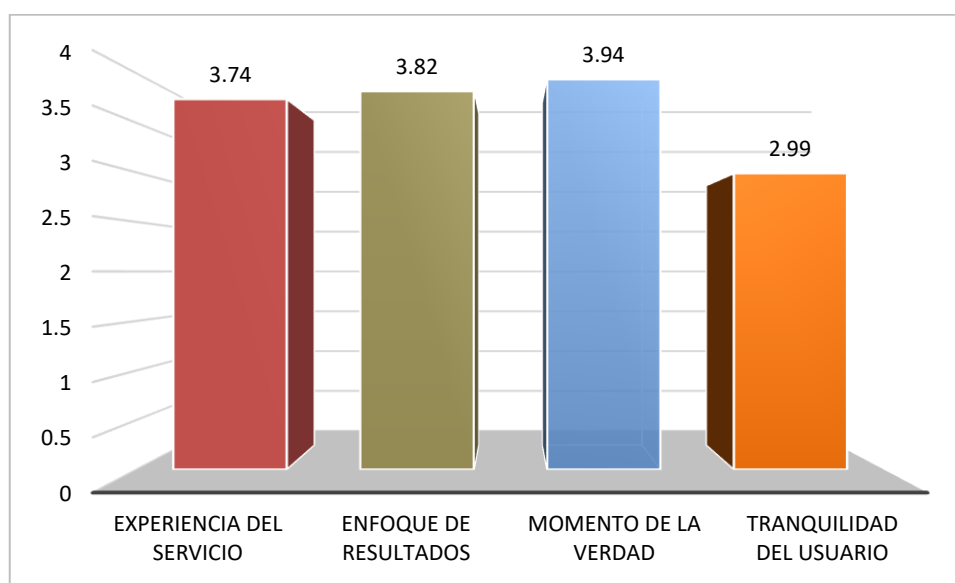


Figura 1. Resultados por dimensión de la variable experiencia del usuario

Los resultados encontrados dentro del análisis de los promedios obtenidos para la variable experiencia del usuario, muestran que la dimensión del momento de la verdad obtuvo una media de 3.94, siendo la más alta de todas y que significa que los usuarios consideran es la más importante porque se genera cuando el servicio dentro del municipio se realiza. Por otro lado, la dimensión de enfoque de resultados obtuvo una media de 3.82, que da a entender que los clientes valoran mucho la experiencia pasada y lo que obtuvieron siendo una buena o mala experiencia. Así mismo, respecto a la dimensión de la experiencia del servicio, se obtuvo que una media de 3.74 y que no dista mucho de las dos dimensiones analizadas anteriormente, esto

Experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022 significa que las personas encuestadas valoran la atención integral que reciben; mientras que, finalmente, la dimensión de tranquilidad del usuario ha sido la más baja con una media de 2.99, que la facilidad y familiaridad, así como la relación y asesoramiento con la entidad no se desarrollan de manera correcta.

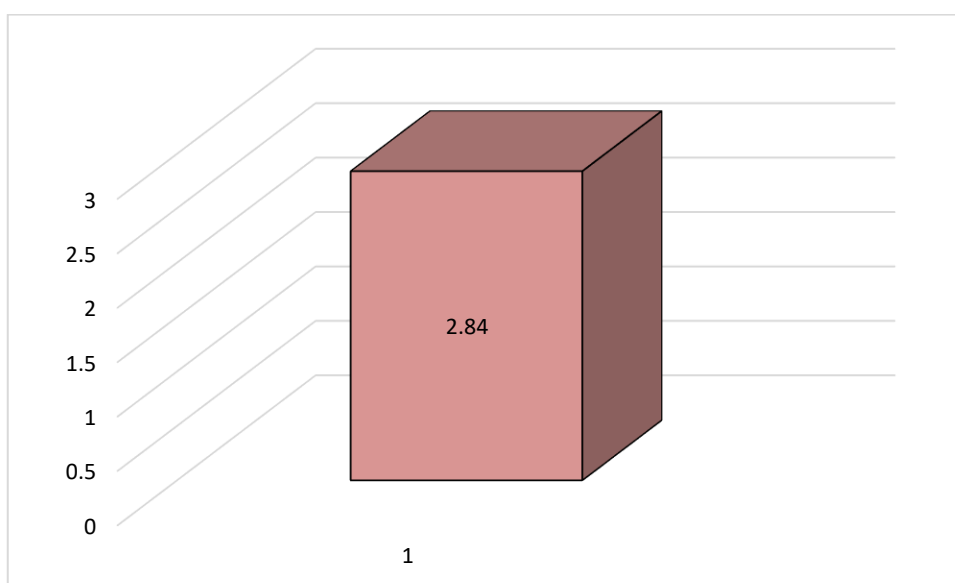


Figura 2. Resultados de la variable satisfacción

Respecto a lo hallado en la variable satisfacción, se ha encontrado un promedio del 2.84 sobre los cinco ítems analizado, entendiendo con esto que las expectativas y experiencias, así como la labor de los funcionarios han demostrado un nivel bajo en comparación con lo obtenido en la variable anterior, implicando que no están satisfechos con el servicio recibido por parte de la gerencia de administración tributaria de la municipalidad.

- **Resultados estadísticos inferenciales**

Se realizó la prueba de normalidad para conocer la distribución de los datos mediante el análisis de Kolmogorov-Smirnov al tener una población mayor a 50 sujetos, encontrándose una distribución no normal al tener un sigma $p > 0,05$.

Tabla 1:
Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
ES1	0.384	148	0.000
ES2	0.381	148	0.000
ES3	0.366	148	0.000
ES4	0.368	148	0.000
ER1	0.320	148	0.000
ER2	0.349	148	0.000
ER3	0.385	148	0.000
MV1	0.341	148	0.000
MV2	0.366	148	0.000
MV3	0.337	148	0.000
MV4	0.292	148	0.000
MV5	0.320	148	0.000
TX1	0.279	148	0.000
TX2	0.264	148	0.000
TX3	0.240	148	0.000
TX4	0.240	148	0.000
TX5	0.257	148	0.000
TX6	0.220	148	0.000
S1	0.241	148	0.000
S2	0.224	148	0.000
S3	0.225	148	0.000
S4	0.222	148	0.000
S5	0.198	148	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Resultados obtenidos del programa SPSS v.25

Tabla 2
Correlaciones entre las dimensiones

			Satisfacción
Rho de Spearman	Experiencia del servicio	Coefficiente de correlación	,704*
		Sig. (bilateral)	,000
		N	185
	Enfoque de resultados	Coefficiente de correlación	,602*
		Sig. (bilateral)	,000
		N	185
	Momento de la verdad	Coefficiente de correlación	,697*
		Sig. (bilateral)	,000
		N	185
	Tranquilidad del usuario	Coefficiente de correlación	,421
		Sig. (bilateral)	,000
		N	185

Nota: Resultados obtenidos del programa SPSS v.25

El análisis de la correlación entre las dimensiones de la variable experiencia del usuario y la variable satisfacción, han mostrado los valores de los coeficientes de cada una de ellas, encontrando que la satisfacción y la experiencia del servicio arrojó un ,704 y un sig. de ,000, obteniendo una correlación positiva y moderada; así mismo, el siguiente valor del coeficiente de correlación se ha dado entre la satisfacción con la dimensión del momento de la verdad con un ,697 y un sig. de ,000, siendo también una correlación positiva y moderada. Por otro lado, en lo que respecta a la dimensión enfoque de resultados, se halló una correlación de ,602 y un sig. de ,000, encontrándose también una correlación positiva y moderada. Finalmente, la correlación con la dimensión tranquilidad del usuario arrojó un ,421 y un sig. de ,000, mostrando una correlación débil.

Tabla 3

Correlación de las variables de estudio

			Satisfacción del usuario
Rho de	Experiencia del	Coefficiente de correlación	,606*
Spearman	usuario	Sig. (bilateral)	,000
N			185

Nota: Resultados obtenidos del programa SPSS v.25

El análisis de la correlación entre las variables de estudio de la experiencia del usuario y la satisfacción, ha mostrado un valor positivo moderado de ,606 y un sig. de ,000, mostrando que si hay una correlación entre ambas. Esto indicó que la organización requiere de establecer este nexo a favor de los usuarios, que consideran que ambas variables van juntas en su experiencia recibida, pues los hallazgos así lo corroboran.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Al ser la experiencia del usuario un proceso que requiere de una serie de condiciones para su cumplimiento, es necesario que los equipos y las personas estén preparados para crear experiencias significativas a los usuarios dentro del municipio, esta interacción logra en el tiempo que se pueda consolidar la relación y se genere la lealtad con el servicio. Los resultados han mostrado que la correlación entre la experiencia del servicio y la satisfacción es alta y positiva. Esto debido a que se ha encontrado que la administración del servicio en el área de Rentas se ha preocupado últimamente para lograr una mejor performance dentro de su atención, atendiendo de manera eficiente y complementándolo con una preocupación sobre la situación de los usuarios.

Este hecho es corroborado por Liziano y Villegas (2019), quienes, en su estudio sobre la satisfacción al cliente dentro de la calidad, consideran que el usuario necesita de medios y equipos para que pueda completarse el trabajo del servicio, esto genera satisfacción porque la labor de las personas requiere de sistemas de apoyo para su logro. Por otro lado, desde la posición de López y otros (2018), que dentro de su estudio sobre la satisfacción del usuario en el marco de la relación Estado-Ciudadanos: Políticas y estrategias en el servicio de administración tributaria, confirman también que es necesario que ante una gestión tan difícil que es la de satisfacer a los usuarios sobre el servicio público, es importante que se conozca las percepciones y expectativas de los usuarios dentro del servicio municipal, y que influye la accesibilidad al servicio, el nivel de infraestructura y el tiempo de atención en cada uno de los procesos.

Así mismo, es importante que se conozcan sobre las interacciones y relaciones futuras con el municipio en el área de Rentas, inclusive nace el elemento denominado boca a boca, que

facilita la transmisión de las expectativas de un usuario a otro, y que también tiene una opinión sobre la calidad de la atención a los usuarios.

Así mismo, los resultados en el segundo objetivo, han mostrado que existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022, esto implica que todos los usuarios del servicio tienen dentro de su percepción, una imagen sobre la experiencia recibida en el área, y que con el tiempo la van definiendo según las expectativas que les cause cada servicio que reciben. Esto no hace más que demostrar que la mejora continua de la atención en la institución debe ser parte de la filosofía del cambio, estas acciones que denotan preocupación, alivian el servicio para el futuro, y si bien es cierto, que los usuarios deben recurrir a las instalaciones al ser una entidad estatal, no se trata de un imperativo el hecho de que la organización al no ser privada, no tenga que preocuparse por los indicadores de atención que debe tener.

Ante esto, Havír (2017) en su investigación sobre el análisis y la experiencia del cliente, corrobora que la experiencia del servicio está enfocada en hacer participar de manera positiva a los clientes o usuarios, y que el aporte que tienen con sus comentarios, críticas, aportes, entre otros, permite que la experiencia del usuario logre consolidar la relación con ellos. Entonces, mejorar la atención al usuario es un reto completo para la organización, porque cada cliente es distinto al otro, con diferentes problemas y distintos puntos de vista, esto a su vez genera competitividad permitiendo ampliar las posibilidades de brindar un servicio adecuado al usuario municipal. Entonces, el enfoque de los resultados, refleja la importancia de las experiencias orientadas a los objetivos de la institución, sugiriendo que las experiencias pasadas forman las intenciones de un comportamiento positivo, y por lo

tanto, la posibilidad de que el servicio municipal y estatal mejore sus actividades, está dentro de las posibilidades más inmediatas.

Sobre el tercer objetivo planteado, se halló que existe una relación positiva entre el momento de la verdad y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, esto demuestra que el mejor momento para el aprovechamiento y logro de satisfacción es cuando se realiza el mismo servicio, y que las experiencias iniciales pueden no influir porque si se remedia en el acto, el cliente percibe el servicio de otra forma, y la imagen inicial adquirida, o puede cambiar o reforzarse para bien. Ante esta situación, Montaña y Alamo (2020) al realizar una evaluación de la experiencia del usuario encontró que la gestión puede mejorar cuando se prepara al personal para que en el momento del servicio se ejecute todo el proceso de recuperación. Además, que, todos los procesos que involucran la atención van a sumar para que las transacciones dentro de la entidad pública, puedan ser positivas para el usuario. Entonces, es posible que se respalde cada uno de los atributos que se presentan en el servicio.

Por otro lado, el momento de la verdad permite que la institución pueda desarrollar habilidades interpersonales con los trabajadores para que estos logren consolidar el servicio a los usuarios, mejoren la experiencia y sobre todo logren una imagen positiva y satisfactoria para el contribuyente del municipio. Bajo este enfoque, el estudio de Castillo y otros (2020) reafirma que los nudos administrativos son los principales generadores de puntos de dolor para los ciudadanos, al igual que la falta de empatía por parte de los funcionarios para resolver reclamos, la atención virtual es deficiente. Esto no hace más que complicar el nivel del servicio que de por sí, ya es intermitente dentro del área, por tanto, con esta práctica, se puede mejorar la experiencia y por ende incrementar la satisfacción del usuario.

Así también, sobre el cuarto objetivo específico planteado, se encontró que existe una relación media o baja entre la tranquilidad y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, esto debido a que los usuarios consideran que es mínima las facilidades que encuentran en los procesos del servicio y que al ser el único proveedor, no queda más que esperar la atención, situación para nada conveniente para la entidad porque los indicadores de servicio no son los mejores.

Una explicación al respecto de esta dimensión, es que al debido al estrecho vínculo que tiene con las interacciones directas del servicio, los resultados de las experiencias del servicio son bastante sensibles, pues los usuarios lo que buscan es tener una experiencia tranquila dentro de las instalaciones del área de Rentas, solo buscan ser atendidos de la mejor manera y no exigen más de lo que ellos consideran merecen recibir. Ante esta posición, Martínez (2016) consideró que el principal problema del servicio en las instituciones públicas y sobre todo municipales, se debe al aparato público burocrático y rígido. Y que las personas que están tras el servicio, no son las idóneas para ello, perciben que ingresaron por favores políticos o algo parecido, y que merecen ser considerados más que clientes, ciudadanos con derechos ante la administración pública, por lo tanto, un mejor servicio.

Esta falta de pericia en el servicio se debe a la fragilidad de la preparación del personal de servicio, se ha perdido toda familiaridad con el usuario y la empatía no es parte de los atributos que poseen estas personas, por tanto, esperar un asesoramiento personalizado en la entidad edil es una utopía por toda la suma de experiencias negativas que recibieron siempre. Como establecen Rodríguez y Sotelo (2018) la experiencia de usuario debería mejora constantemente el servicio y este debería ser progresivo en favor de los usuarios.

Así finalmente, en el objetivo general planteado, se encontró la existencia de la relación positiva moderada entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario del área de

Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, esto implica que todo el comportamiento del usuario y la experiencia sumada en su tiempo de contribuyente, si tiene relación con su percepción fina del servicio, es decir, la satisfacción que puede tener el usuario luego de haber experimentado todo el proceso del servicio; esto implica que es necesario que se enfoque mejor sobre el comportamiento del contribuyente dentro de las instalaciones del área de Rentas. Con esto, tomando la posición de Becker y Jaakkola (2020), la experiencia de usuario son reacciones involuntarias y espontáneas frente a determinado estímulo, el mismo que puede ser un producto o servicio recibido, y que en el tiempo, son una sumatoria de acontecimientos que si bien es cierto, pueden cambiar con una experiencia inmediata dentro del momento de la verdad y hacer olvidar para siempre la mala experiencia, también aplica para el otro lado, que puede ser un problema constante si no se hace nada por remediarlo.

Sobre las conclusiones, se puede indicar que:

Respecto a determinar la relación entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022, se ha podido hallar que el valor de ,704 considera una correlación positiva moderada, mostrando que la experiencia es mucho más amplia y menos delimitada que la calidad de servicio, a pesar de que no exista una liberta de elección al ser el único proveedor, los usuarios comparan la atención y buscan una mejor administración del servicio.

Sobre determinar la relación entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, se halló una correlación de ,602 y un sig. de ,000, encontrándose también una correlación positiva moderada. Los usuarios actúan por inercia debido a las experiencias pasadas, toman en consideración los

Experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022 resultados que obtuvieron antes en cada una de sus visitas y que es probable que los procesos establecidos no correspondan a la realidad del servicio.

Al respecto de determinar la relación entre el momento de la verdad y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, se encontró que el momento de la verdad obtuvo una correlación de ,697 y un sig. de ,000, siendo también una correlación positiva moderada. Esto define que el momento de la atención es la mejor oportunidad para el fortalecimiento y la recuperación del servicio, evitando que se generen percepciones de riesgo en ella, teniendo como principal factor que el personal requiere de proactividad y habilidades personales, aunque entiendan que no existe flexibilidad dentro de los procesos.

Así también, se pudo concluir que la relación entre la tranquilidad y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, obtuvo una correlación de ,421 y un sig. de ,000, mostrando una correlación media baja. Esto debido a que el personal no muestra pericia en el servicio, no existen políticas de relaciones ni retenciones con los usuarios, pues al ser un servicio público, la recurrencia será obligatoria sea cual sea el resultado final del servicio. Además, no existe ningún tipo de sentimiento de familiaridad con el prestador del servicio y que el asesoramiento es poco o casi nulo.

Finalmente, que el análisis de la correlación entre las variables de estudio de la experiencia del usuario y la satisfacción, mostró un valor positivo moderado de ,606 y un sig. de ,000, estableciendo la relación entre ambas. Por lo tanto, existe una necesidad de mejora inmediata al demostrarse que ambas variables influyen de una manera u otra en la satisfacción total del usuario.

Los hallazgos permiten entregar las siguientes recomendaciones para el estudio:

Para la mejora del servicio al usuario, es importante que la entidad municipal se enfoque en realizar constantemente diagnósticos sobre sus procesos de servicio, más aún cuando existen registros de quejas y/ reclamos, para ello es importante preparar al equipo de colaboradores para desarrollar la experiencia en los usuarios, se debe invertir en tecnología y equipos para una atención más rápida, con ello se optimiza el tiempo de atención y se logra mayor atención en menos tiempo; por otro lado, iniciar procesos virtuales permitirá reducir los tiempos de atención de trámites menores y descongestionar el local del área de Rentas.

Para la mejora de los resultados, se debe de conocer muy bien al usuario y sus necesidades del servicio, esto permitirá proporcionar una experiencia que se apoye en las interacciones de mejor forma. Así mismo, es importante establecer métricas sobre el servicio, con esto se puede ir midiendo en el tiempo la forma de atención al usuario, cerrar brechas que se presenten en experiencias negativas y definir políticas de reconocimiento a los colaboradores que logran mayores indicadores de satisfacción de servicio.

Para mejorar el servicio dentro del momento de la verdad, es importante que se tenga planificado cada acción con los usuarios, para ello se debe diseñar un protocolo de atención al usuario para cada proceso de atención, ya que es sabido que este es el momento donde se debe reforzar las políticas de satisfacción; el área de Rentas debe usar folletos que permitan que el cliente conozca el flujo con los respectivos tiempos de servicio, debe estar expuesto al público en general y a vista de todos. Así mismo, trabajar con talleres constantes de atención al público para desarrollar habilidades blandas de cada uno de los servidores públicos.

Finalmente, para la tranquilidad del usuario se debe de considerar un personal de atención de servicio personalizado, para que realice actividades de guía a cada caso que pueda

Experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022 presentarse, así el usuario no se ve perdido o desconcertado en cada etapa del proceso, esto incrementará la satisfacción de los clientes.

REFERENCIAS

- Arhippainen, L., y Tähti, M. (2003). *Empirical Evaluation of User Experience in Two Adaptive Mobile Application Prototypes*.
<http://www.ep.liu.se/ecp/011/007/ecp011007.pdf>
- Armstrong, G., y Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Becker, L., y Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 48, Issue 4, pp. 630–648). Springer. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>
- Castillo, R., Cárdenas, M., & Palomino, G. (2020). Calidad del servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 2, 898–913. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.130
- Chunga, E. (2018). Los servicios públicos y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad distrital de Hualmay. Tesis de Pregrado. Universidad Ricardo Palma. Lima.
- Crato, C. (2010). Qualidade: Condição de Competitividade. *SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação*. www.spi.pt
- Devin, F. (2016, November 15). *Definición de Experiencia de Usuario* (UX or User Experience). <http://uxpanol.com/experiencia-de-usuario/definicion-de-experiencia-de-usuario-ux-or-user-experience/>
- Hassan, Y., y Martín, F. (2005, September 7). La Experiencia del Usuario. http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm
- Havř, D. (2017). A Comparison of the Approaches to Customer Experience Analysis. *Economics and Business*, 31(1), 82–93. <https://doi.org/10.1515/eb-2017-0020>
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Education. http://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wpcontent/uploads/2019/02/RUDICSv9n18p92_95.pdf
- ISO. (2010). Ergonomics of human-system interaction — *Part 210: Human-centred design for interactive systems*.
- Knapp Bjerén, A. (2003). *La Experiencia del Usuario* (Anaya Multimedia).

Liziano, E., y Villegas, A. (2019). *La satisfacción del cliente como indicador de calidad.*

Tesis de pregrado. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

<http://hdl.handle.net/10757/628122>

López, L., Olivera, S., y Tinoco, D. (2018). *Satisfacción del usuario en el marco de la relación Estado-Ciudadanos: Políticas y estrategias en el servicio de administración tributaria. Rev. Ciencia Latina, Vol. 4pp. 56-87*

Machín, M., Sánchez, B., y López, M. (2019). Análisis y proyecciones de la gestión de los servicios públicos en el entorno local. *Econ. y Desarrollo vol.163 no.1* La Habana ene.-jun.

Maklan, S., y Klaus, P. (2011). Customer experience: Are we measuring the right things? *International Journal of Market Research, 53(6), 5.* <https://doi.org/10.2501/ijmr-53-6-771-792>

Martínez, A. (2016). La prestación de los servicios públicos de calidad en el siglo XXI. *Revista Amaneceres, Vol. 3, N°12, pp. 36-44, Bogotá.*

Montaño, H., y Alamo, F. (2020). *Análisis de la experiencia de usuario de los estudiantes de la FICSA utilizando el cuestionario de experiencia de usuario (Ueq+) en el Sistema de Servicios en Línea para la Gestión Universitaria.* Tesis de pregrado. Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo, Lambayeque.

Morillo, M., y Morillo, M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad de servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (RCS), XXII, 111–131.*

Ñaupas, H., Paitán, M. R. V., Dueñas, J. J. P., y Vilela, H. E. R. D. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. *In Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53, Issue 9).* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Rodriguez, C., y Sotelo, D. (2018). *Aplicación de la metodología de experiencia de usuario (UX) en el proceso de diseño web en el curso de Taller Digital III de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL).* Tesis de pregrado. Universidad de Ciencias y Artes de América Latina – Lima.

Rojas, J. (2015). *Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de una Municipalidad: Análisis de los servicios entregados en edificio*

Tesis de Maestría. Universidad de Chile, Santiago.

Tapia, M. (2016). El capital intelectual factor elemental para la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad provincial de Puno. *Revista Comuni@cción. Vol.7, n.1, pp.5-15.*

Torres Fragoso, J., y Luna Espinoza, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración, 62(4), 1270–1293.* <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>

Zeithmal, V., Bitner, M., y Gremler, D. (2009). *Marketing de servicios (V)*. Ediciones McGraw Hill.

ANEXOS

- ANEXO N° 1. Encuesta 1

ENCUESTA

Estimado usuario, se pide su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta con el objetivo de conocer su opinión sobre su experiencia en los servicios como usuario en la Gerencia de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Moyobamba. Por favor su total sinceridad en las respuestas que tienen una escala de menor a mayor, donde (1) en total desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) indiferente, (4) de acuerdo y (5) muy de acuerdo.

N°	Ítem	1	2	3	4	5
1	Si pudiera tener la capacidad de elegir y buscar otras organización que se encargue de mis trámites, lo haría					
2	Siempre comparo el servicio recibido aquí con otras instituciones u organizaciones					
3	Me siento más cómodo cuando recibo comparar opciones de atención dentro de un mismo servicio					
4	Sería ideal si pudiera tratar con un contacto designado durante todo el proceso de mi trámite					
5	Preferiría que haya otras dependencias particulares que resuelvan estos trámites municipales					
6	Es más importante para mí darle solución a mi trámite de forma inmediata que volver en otro momento que haya menos personas y mayor atención					
7	A pesar de la experiencia pasada (buena o mala) siento que debería haber más opciones de atención en otros lados					
8	Es importante que el área sea flexible al tratar conmigo porque tiene que velar por mis necesidades como usuario					
9	Es importante que me mantengan al día y me informen sobre nuevas opciones					
10	Quiero tratar con una organización segura, porque los trámites aquí demandan tiempo y dinero					
11	Es importante que las personas con las que trato sean buenas personas; me escuchen, sean educados y me hagan sentir cómodo					
12	La forma en que tratan conmigo cuando las cosas van mal influye en si decido seguir tratando con ellos					
13	Confío en su experiencia, ellos saben lo que están haciendo					
14	Todo el proceso fue tan fácil, se encargaron de todo					
15	No se trata solo del ahora, siento que esta organización me cuida					
16	Ya soy usuario, me conocen y me cuidan bien, siento que no debería ir a otro lado así ofrezcan el mismo servicio					
17	He tratado con ellos antes, por lo que obtener respuestas y soluciones fue realmente fácil					
18	Siento que me dan consejos independientes fuera de mis necesidades					

ANEXO N° 2. Encuesta 2

ENCUESTA

Estimado usuario, se pide su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta con el objetivo de conocer su opinión sobre su satisfacción en los servicios como usuario en la Gerencia de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Moyobamba. Por favor su total sinceridad en las respuestas que tienen una escala de menor a mayor, donde (1) en total desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) indiferente, (4) de acuerdo y (5) muy de acuerdo.

N°	Ítem	1	2	3	4	5
1	El servicio brindado por la Gerencia de Administración Tributaria fue el que yo esperaba					
2	El servicio de la Gerencia de Administración Tributaria colmó mis expectativas					
3	Existe una alta probabilidad que recomiende el servicio de la Gerencia de Administración Tributaria					
4	La experiencia de atención en la Gerencia de Administración Tributaria del municipio es impecable					
5	La experiencia de venir a la Gerencia de Administración Tributaria siempre es grata					
6	Basado en su experiencia, volvería a recurrir a la Gerencia de Administración Tributaria					
7	Los funcionarios entienden las necesidades de los usuarios en la Gerencia de Administración Tributaria					
8	Estoy contento con la labor de los funcionarios municipales de la Gerencia de Administración Tributaria					
9	Los funcionarios resuelven los problemas de los usuarios en la Gerencia de Administración Tributaria					
10	Los funcionarios se ponen en el lugar del usuario para atender sus necesidades dentro de la Gerencia de Administración Tributaria					
11	Los ambientes en general son agradables dentro de la Gerencia de Administración Tributaria					
12	La infraestructura de la Gerencia de Administración Tributaria entregó el bienestar y comodidad que esperaba					
13	La Gerencia de Administración Tributaria se preocupa por una atención cómoda y con calidad para el usuario					
14	La Gerencia de Administración Tributaria brinda información impresa para un mejor entendimiento					
15	Me siento satisfecho con la información recibida en mi visita a la Gerencia de Administración Tributaria					
16	Me siento satisfecho con el trato del personal en la Gerencia de Administración Tributaria					
17	Estoy satisfecho con el horario de atención en la Gerencia de Administración Tributaria					

18	En general, me siento satisfecho con el servicio recibido en la Gerencia de Administración Tributaria					
----	---	--	--	--	--	--

- ANEXO N° 3. Operacionalización de variables

Tabla 4

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Experiencia del usuario	Conjunto de factores y elementos relacionados con el proceso de interacción de un usuario respecto al servicio que experimenta (Klaus y Maklan, 2011).	Se mide en una escala de cinco niveles donde se pondera cada una de ellas para obtener un resultado y poder promediar de acuerdo a cada resultado obtenido, donde 1 es muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo	Experiencia del servicio	Libertad de elección	Likert Ordinal
				Comparación de la atención	
				Necesidad de la comparación	
				Administración del servicio	
			Enfoque de resultados	Inercia	
				Enfoque de resultados	
				Experiencia pasada	
			Momento de la verdad	Flexibilidad	
				Proactividad	
				Percepción de riesgo	
				Habilidades interpersonales	
				Recuperación del servicio	
			Tranquilidad del usuario	Pericia en el servicio	
				Facilidad de los procesos	
Relación vs transacción					
Retención de conveniencia					
Familiaridad					
Satisfacción del usuario	Producto de la relación de las acciones que se dan en el momento que el usuario lleva a		Calificación sobre la experiencia del servicio	Asesoramiento personalizado	
				Expectativa del servicio	
				Experiencia del servicio	

	<p>cabo una transacción, cuya experiencia de intercambio es comparada con las expectativas previamente (Rojas, 2015).</p>			<p>Labor de los funcionarios</p>	
				<p>Bienestar y comodidad</p>	
				<p>Satisfecho con el servicio recibido</p>	

- ANEXO N° 4. Matriz de consistencia

Tabla 5
Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivo general	Hipótesis de investigación	Variable	Dimensiones	Indicadores	
¿Existe relación entre la experiencia y satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022?	Establecer la relación entre la experiencia y satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Experiencia del usuario	Experiencia del servicio	Libertad de elección	
					Comparación de la atención	
					Necesidad de la comparación	
					Administración del servicio	
	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Existe una relación positiva entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Momento de la verdad	Inercia
						Enfoque de resultados
	Determinar la relación entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre la experiencia del servicio y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022		Existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Tranquilidad del usuario	Enfoque de resultados
						Experiencia pasada
	Determinar la relación entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022		Existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Tranquilidad del usuario	Flexibilidad
						Proactividad
Percepción de riesgo						
Habilidades interpersonales						
Determinar la relación entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Tranquilidad del usuario	Recuperación del servicio		
				Pericia en el servicio		
				Facilidad de los procesos		
Determinar la relación entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre enfoque de resultados y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Tranquilidad del usuario	Relación vs transacción		

Experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022

	Determinar la relación entre el momento de la verdad y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre el momento de la verdad y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022			Retención de conveniencia
	Determinar la relación entre la tranquilidad y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Existe una relación positiva entre la tranquilidad y la satisfacción del usuario del área de Rentas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba 2022	Satisfacción del usuario	Calificación sobre la experiencia del servicio	Familiaridad
					Asesoramiento personalizado
					Expectativa del servicio
					Experiencia del servicio
					Labor de los funcionarios
					Bienestar y comodidad
					Satisfecho con el servicio recibido
Población, muestra y muestreo	Instrumentos de recolección de datos	Procedimientos		Técnicas estadísticas	Procesamiento
En lo que respecta a la población, estará conformada por los usuarios que han tomado el servicio en el área de Rentas de la MPM en el periodo del año 2021. De acuerdo a los datos obtenidos, se tiene un promedio en los doce meses de 1062 usuarios. Se aplicará la fórmula de población finita para hallar la muestra, y el muestreo será de tipo probabilístico aleatorio sistemático.	La técnica empleada para el estudio fue la encuesta con su instrumento el cuestionario, que constará de 23 ítems por cada una de las dimensiones del modelo, se empleará la escala de Likert de manera ordinal midiendo en cinco niveles: (1) muy en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) indiferente, (4) de acuerdo y (5) muy de acuerdo.	Se va tener contacto con los usuarios mediante la base de datos que ha sido proporcionado por la entidad municipal para fines netamente de investigación, con esto, se tomará la encuesta a cada una de las personas que estén dentro de los ambientes realizando alguna documentación.		Estadística descriptiva e inferencial	Para el plan de procesamiento de datos, se empleará en primer lugar el análisis de confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach; una vez realizada la prueba piloto, se procederá a construir una base de datos con toda la información obtenida en el programa Excel 2010; se empleará la prueba KMO para demostrar el constructo multidimensional en el

Experiencia y satisfacción del usuario en la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de
Moyobamba 2022

			programa SPSS V.25; finalmente, se realizarán las correlaciones respectivas de cada una de las dimensiones con el análisis de Spearman.
--	--	--	---

- ANEXO N° 5. Validación de expertos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Juana Graciela Palma Vallejo, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del informe de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de empresas**, titulado "**EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA GERENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MOYOBAMBA 2022**"; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 08 de julio de 2022.



Handwritten signature of Juana Graciela Palma Vallejo over a professional stamp. The stamp text reads: **M.P.A. Juana Graciela Palma Vallejo**, **ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS**, **TURISMO Y NEGOCIOS**, **CLT - Lima N° 323**.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre:. Juana Graciela Palma Vallejo

Cargo Actual: DTP UTP

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto:

Juana Graciela Palma Vallejo

Cargo o institución donde labora:

Docente TP UTP

II. ASPECTO DE VALIDACION

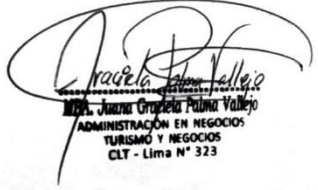
CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE					REGULAR			BUENO				EXCELENTE			
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CLARIDAD	Los ítem están redactados de manera clara.											x					
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.												x				
OBJETIVIDAD	Está expresado en indicadores precisos y claros.											x					
ORGANIZACIÓN	Los ítem tienen una secuencia lógica.										x						
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relación de las variables.												x				
COHERENCIA	Existe coherencia entre variable e indicador.												x				
METODOLOGIA	El instrumento responde al propósito de la investigación.												x				

III. *SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, críticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)*

Revisar redacción de los ítems

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICA

PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 16



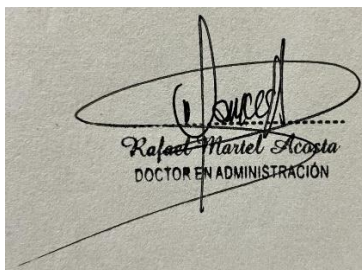
María Juana Gruesela Pulgar Vallejo
ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS
TURISMO Y NEGOCIOS
CLT - Lima N° 323

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Rafael Martel Acosta, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del informe de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de empresas**, titulado **"EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA GERENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MOYOBAMBA 2022"**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 09 de julio de 2022.



Rafael Martel Acosta
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre:. Rafael Martel Acosta

Cargo Actual: DTP UPN

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

V. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto:

Rafael Martel Acosta

Cargo o institucion donde labora:

Docente TP UPN

VI. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE					REGULAR			BUENO				EXELENTE				
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.													x				
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.															x		
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.															x		
ORGANIZACION	Los item tiene una secuencia logica.															x		
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.														x			
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.															x		
METODOLOGIA	El instrumento responde al															x		

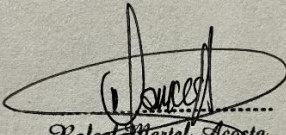
	proposito de la investigación.																											
--	--------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

VII. *SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)*

Identificar bien a los usuarios antes de la aplicación.

VIII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICA

PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 17



Rafael Mariel Acosta
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Eder Arbulú Ballesteros, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del informe de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de empresas**, titulado "**EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA GERENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MOYOBAMBA 2022**"; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de julio de 2022.



Eder Antonio Arbulú Ballesteros
INGENIERO DE SISTEMAS
MAGISTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING
Y GESTIÓN COMERCIAL

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre:. Eder Arbulú Ballesteros

Cargo Actual: DTP UTEC

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

IX. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto:

Eder Arbulú Ballesteros

Cargo o institucion donde labora:

Docente TP UTEC

X. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE					REGULAR			BUENO				EXELENTE			
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.													x			
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.													x			
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.													x			
ORGANIZACION	Los item tiene una secuencia logica.													x			
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.												x				
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.													x			
METODOLOGIA	El instrumento responde al													x			

	proposito de la investigación.																											
--	--------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

XI. *SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)*

Ninguna.

XII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICA

PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 17

