



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**SATISFACCION DEL CONTRIBUYENTE CON EL
SERVICIO OFRECIDO DE LA MODERNIZACION DELEGADA
EN LA MUNICIPALIDAD DE SAN PEDRO SULA**

SUSTENTADO POR:

JHOANY MARIA PINEDA VALLE

GUSTAVO ADOLFO DERAS ANDRADE

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL
MASTER EN FINANZAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2018.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA

DESIREE TEJADA CALVO

DECANO DE FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA

**SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE CON EL
SERVICIO OFRECIDO DE LA MODERNIZACIÓN DELEGADA
EN LA MUNICIPALIDAD DE SAN PEDRO SULA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN**

**DIRECCIÓN EMPRESARIAL
FINANZAS**

**ASESOR METODOLÓGICO
CARLOS ANTONIO TRIMINIO RODRIGUEZ**

**ASESOR TEMÁTICO
YURY ALONSO RAMOS**

MIEMBROS DE LA TERNA:

**ELVIN DERAS
CESAR ORELLANA
CARLOS AMADOR**



FACULTAD DE POSTGRADO

SATISFACCION DEL CONTRIBUYENTE CON EL SERVICIO DE LA MODERNIZACION DELEGADA EN LA MUNICIPALIDAD DE SAN PEDRO SULA

AUTORES:

Jhoany María Pineda Valle y Gustavo Adolfo Deras Andrade

RESUMEN

En el presente estudio, se abarca la satisfacción de los contribuyentes que reciben los servicios de la Municipalidad de San Pedro Sula, a través de la Modernización Delegada, la cual consiste en el agrupamiento de cuatro dependencias municipales como ser: Edificaciones y Permisos de Construcción, Catastro Municipal, Contribución por Mejoras, Control Publicidad y Mobiliario Urbano, con el propósito de agilizar, mejorar y optimizar los servicios ofrecidos a los contribuyentes. El modelo utilizado para el estudio fue el Q+4D para conocer la influencia del entorno físico, la organización, la interacción y la cuarta dimensión en la satisfacción de los contribuyentes beneficiarios de la Modernización Delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula y la calidad percibida del servicio ofrecido.

El diseño aplicado de la investigación fue no experimental, transversal y con un método correlacional y descriptivo. Se utilizó como instrumento de investigación la aplicación de encuestas a 364 contribuyentes, por lo que se analizaron los resultados obtenidos y pudimos observar que la Municipalidad de San Pedro Sula con la implementación de la Modernización.

Delegada ha superado las expectativas en cuanto a la satisfacción de sus contribuyentes en las 4 variables del modelo Q+4D.

Palabras claves: satisfacción, modernización



**TAXPAYER SATISFACTION WITH THE DELEGATE
MODERNIZATION SERVICE IN THE MUNICIPALITY OF SAN
PEDRO SULA**

PRESENTED BY:

Jhoany Maria Pineda Valle and Gustavo Adolfo Deras Andrade

Abstract

In the present study, we analyze taxpayer's satisfaction resulting from the grouping of four local branches: Edifications and Construction Permits, Land Registry, Improvement Contributions, and Advertising Control and Urban Amenities by means of the Delegated Modernization in San Pedro Sula's local authority, with the purpose of speeding up, improving and optimizing the services offered to taxpayers in the municipality. The Q+4D methodology was employed to understand the influence of the physical environment, the organization, the interaction, and the fourth dimension in taxpayer's satisfaction from the program's implementation and the quality perceived from the service offered.

The study was non-experimental, transversal and correlation and descriptive methods were used. Polls conducted to 364 people indicated that the expectations of customer satisfaction were surpassed in all four variables analyzed by the Q+4D method.

Keywords: satisfaction, modernization.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios por su fidelidad y misericordia que hasta aquí me ha acompañado y hoy me permite concluir un paso más en vida profesional.

A mi madre Gloria Azucena Valle, quien a la distancia me ha brindado su apoyo incondicional, su amor y sus consejos para saber tomar el camino del bien.

A mi padre Jorge Alberto Pineda Arita, que aunque ya no se encuentre físicamente se que desde el cielo estuvo conmigo en este camino, dándome las fuerzas necesarias para salir adelante aún en las adversidades.

A mis hermanos menores Jorge Miguel y Jorge Mario Pineda Portillo, quienes son mi inspiración para alcanzar mis metas y ellos puedan seguir mi ejemplo de superación.

Jhoany María Pineda Valle

Dedico este trabajo a Dios por todas las bendiciones recibidas a lo largo de mi vida y hoy me permite culminar esta carrera.

A mis padres José Hercicolo Deras Arita y Noemí Andrade Herrera, por sus consejos, por su amor y apoyo incondicional para completar este nuevo proyecto de vida.

Gustavo Adolfo Deras Andrade

AGRADECIMIENTO

Primeramente damos gracias a Dios por guiarnos, darnos fuerza, sabiduría e inteligencia para poder cumplir este objetivo en nuestra vida profesional. Nos llena de gozo ver como la fidelidad y misericordia de Dios ha estado de nuestro lado en este camino que hoy culminamos con la esperanza de ser profesionales de éxito. La gloria y honra sea para Él.

A nuestras familias por todo el apoyo brindado.

A nuestros compañeros por todo el apoyo brindado durante este proceso.

Al Lic. Carlos Antonio Triminio por su asesoría, paciencia y consejos para desarrollar todo el proyecto durante todo el periodo de duración de la clase.

Al Lic. Yury Alonso Ramos quien fue nuestro asesor temático, por brindarnos su valioso tiempo para poder desarrollar este proyecto con éxito.

Ambos compartimos el mismo agradecimiento, porque de no haber sido por cada uno de los anteriormente mencionados este proyecto no hubiera sido satisfactorio, es por eso que deseamos compartir nuestro más sincero agradecimiento por todo su apoyo y aporte en esta etapa.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTE DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	4
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	5
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	6
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	10
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO.....	10
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO.....	12
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO	13
2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO	15
2.2.1 SERVICIO AL CLIENTE.....	15
2.2.2 LA CALIDAD Y SATISFACCION DEL CLIENTE.....	18
2.2.3. TEORIA DEL MERCADO DE ATRIBUTOS.....	19
CAPITULO III. METODOLOGÍA.....	25
3.1 CONGRUENCIA METODOLOGICA	25
3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA	25
3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	27
3.1.3 HIPÓTESIS	32
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS.....	33
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.3.1 POBLACIÓN	35
3.3.2 MUESTRA	36
3.3.3 UNIDADES DE ANÁLISIS	36

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA.....	37
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS	37
3.4.1 INSTRUMENTOS	37
3.4.2 TÉCNICAS.....	38
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	39
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS.....	39
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	39
3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO.....	40
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	41
4.1 CARACTERIZACION DE LOS USUARIOS	41
4.2 SATISFACCIÓN	66
4.3 ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES.....	43
4.3.1 ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN ENTORNO FÍSICO.....	43
4.3.2 ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN ORGANIZACIÓN	48
4.3.3 ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN INTERACCIÓN.....	55
4.5 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	67
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	69
5.1 CONCLUSIONES	69
BIBLIOGRAFÍA	72
ANEXOS	74
ANEXO 1 – ENCUESTA.....	74
ANEXO 2 UN ANTES Y DESPUES DE LA MODERNIZACION DELEGADA.....	77
ANEXO 3 – MODERNIZACION EN LA PLATAFORMA TECNOLOGICA.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz metodológica.	26
Fuente: Elaboración propia.	26
Tabla 2: Operacionalización de variable	29
Continuación de la tabla 2	31
Continuación de la tabla 2	32
Tabla 3: Estadístico de Fiabilidad	38
Tabla 5: Estadístico de prueba Kruskal-Wallis	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama de variables.	28
Figura 2: Metodología de la Investigación.....	34
Figura 3: Contribuyentes encuestados por dependencia.	42
Figura 4: Escala de satisfacción indicador de condiciones ambientales.	43
Fuente: (Propia, 2017).....	43
Figura 5: Escala de satisfacción indicador de limpieza.....	44
Fuente: (Propia, 2017).....	44
Figura 6: Escala de satisfacción indicador de estética.	44
Fuente: (Propia, 2017).....	44
Figura 7: Escala de satisfacción indicador de accesibilidad.	45
Fuente: (Propia, 2017).....	45
Figura 8: Escala de satisfacción indicador de distribución física.....	46
Fuente: (Propia, 2017).....	46
Figura 9: Escala de satisfacción indicador de conservación.	46
Fuente: (Propia, 2017).....	46
Figura 10: Escala de satisfacción, variable entorno físico	47
Figura 11: Indicadores de la variable entorno físico	48
Figura 12: Indicadores de la variable tramites	49
Figura 13: Indicadores de la variable medios de contacto.	49
Figura 14: Indicadores de la variable procedimientos.	50
Figura 15: Indicadores de la variable dotación de medios.	51
Figura 16: Indicadores de la variable diversidad.	51
Figura 17: Indicadores de la variable personalización.	52
Figura 18: Indicadores de la variable flexibilidad.....	52
Figura 19: Indicadores de la variable tiempos de ejecución.	53
Figura 20: Indicadores de la variable disponibilidad.	53
Figura 21: Escala de satisfacción, variable organización.....	54
Fuente: (Propia, 2017).....	54

Figura 22: Indicadores de la variable organización	55
Figura 23: Indicadores de la variable amabilidad.	56
Figura 24: Indicadores de la variable buena educación.	56
Figura 25: Indicadores de la variable capacidad de comprensión.....	57
Figura 26: Indicadores de la variable confianza.....	57
Figura 27: Indicadores de la variable conocimientos de productos y servicios.	58
Figura 28: Indicadores de la variable agilidad y destreza.	58
Figura 29: Indicadores de la variable vestimenta.....	59
Figura 30: Indicadores de la variable Imagen.	59
Figura 31: Indicadores de la variable cumplimiento de acuerdo.	60
Figura 32: Indicadores de la variable privacidad del cliente.....	60
Figura 33: Escala de satisfacción, variable interacción.....	61
Figura 34: Indicadores de la variable interacción	62
Figura 35: Indicadores de la variable reconocimiento.	63
Figura 36: Indicadores de la variable incentivos.....	63
Figura 37: Indicadores de la variable toma de decisiones.....	64
Figura 38: Escala de satisfacción, variable cuarta dimensión.....	64
Figura 39: Indicadores de la variable cuarta dimensión.....	65
Figura 40: Impacto de las Variables de Estudio (Nivel de Satisfacción).....	66
Figura 41: Nivel de Global de Satisfacción del Usuario	67

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presenta en forma detallada el planteamiento de la investigación a desarrollar, para conocer el nivel de satisfacción de los contribuyentes con el servicio ofrecido de la modernización delegada de la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula, antecedentes, definición del problema, objetivo general y específico y finalmente la justificación, con la finalidad de abordar la situación del objeto de estudio.

Para realizar la investigación utilizamos el modelo Q+4D(J. P. del Molino Cortés et al., 2009)Este modelo mide la calidad que el cliente percibe y también aquellos aspectos que condicionan la lealtad con el servicio ofrecido al contribuyente.

1.1 INTRODUCCIÓN

La Alcaldía Municipal de San Pedro Sula ha venido entrando progresivamente en el tema de calidad y es que el tema de la satisfacción del cliente en los prestadores de servicios públicos se torna un tema controversial e incipiente en nuestro país. La incorporación de la calidad en los servicios públicos representa una de las etapas de consolidación de la nueva gestión pública de la Municipalidad de San Pedro Sula, por ello este proceso pasa antes por una serie de reformas de carácter macro que permiten concentrar el esfuerzo en la atención de demandas y asuntos públicos que incidirán en el fortalecimiento de la legitimidad de lo público.

La calidad concebida como un derecho de todas las personas, la implementación de los mecanismos necesarios para garantizar este derecho y la Municipalidad como ente vigente del cumplimiento de las regulaciones establecidas en el ámbito de la calidad para el buen funcionamiento de sus programas , ejecución, construcción y la producción de servicios o bien en sus programas de adquisición de servicios, nos lleva a desarrollar este informe de investigación en el cual se abordaran temas para medir y realizar estudios en cuanto a la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de San Pedro Sula.

La calidad en este sentido adquiere una dimensión social, la preocupación por la satisfacción de los contribuyentes a fin de recuperar la credibilidad y la confianza en los diversos servicios ofrecidos por la nueva administración pública de la Municipalidad de San Pedro Sula.

La nueva forma de concebir la mejora y modernización de la gestión pública, ha ocasionado que en los últimos años se intensifique las políticas de calidad de servicio a los contribuyentes y por tal razón se desarrolla el presente estudio.

1.2 ANTECEDENTE DEL PROBLEMA

El programa Modernización delegada por la Municipalidad de San Pedro Sula abrió sus puertas al público en el 2015, a través de sus oficinas ubicadas en Mall Galerías del Valle, destinada para ayudar a los contribuyentes, que a través de sus empresas privadas y PYMES forman parte del crecimiento económico del país, sobre todo en las áreas tributarias, obtención de recibos y demás servicios ofrecidos en línea, los cuales contribuyen a generar crecimiento económico y facilitar el proceso de sus gestiones.

La ciudad de San Pedro Sula se encontraba abandonada, sin desarrollo, imagen municipal deteriorada, falta de transparencia, sin certeza para el vecino, desarrollador e inversionista, y no contaba con personal calificado y capaz de ofrecer el servicio de calidad que el contribuyente merece.

En el transcurso del tiempo la Municipalidad de San Pedro Sula centro sus objetivos por hacer que los contribuyentes se sientan totalmente satisfechos con los servicios y atención recibida. Enfatizando en mantener a sus contribuyentes satisfechos es una de sus prioridades, por lo cual esta nueva administración se sometió a un proceso de cambio para lograr la satisfacción del contribuyente con el fin de ofrecer calidad en el servicio recibido.

En la Municipalidad de San Pedro Sula desde el más alto nivel orienta a todos sus colaboradores el compromiso por la calidad de servicio que se le brinda al contribuyente(Rojas, 2017)

Cabe destacar que es de suma importancia conocer a profundidad las necesidades y emociones de los contribuyentes con la finalidad de minimizar toda acción que genere insatisfacción y dificultad al momento de recibir un servicio. Las emociones que experimenta el contribuyente al momento de recibir el servicio pueden generar un impacto en la ciudad, el cual le podría permitir crecer o todo lo contrario. “La calidad percibida es la evaluación de la experiencia del contacto con la compañía. Se incluye la experiencia de consumo, la experiencia previa y posterior ”(J. P. del Molino Cortés et al., 2009). Por tal razón se considera necesario medir y examinar cada aspecto relevante en cuanto a la satisfacción de los contribuyentes se refiere, para cubrir todas las áreas de interés y que los mismos logren sentirse satisfechos con los servicios recibidos.

La Alcaldía Municipal de San Pedro Sula, a pesar de contar con las oficinas de la Modernización delegada no cuenta con un instrumento o mecanismo apropiado que le permita medir la satisfacción del cliente, aunque esta ofrece a sus contribuyentes una variedad de incentivos no se conoce a cabalidad si estos son del todo favorables, pues no existe una manera de medir los resultados cualitativos de las acciones relacionadas a la prestación de servicios(Rojas, 2017).

Inconveniente que se convierte en una oportunidad para ser objeto de análisis bajo el modelo Q+4D, que ofrece al menos cuatro tipo de mediciones como ser analizar de forma global la calidad percibida del cliente en cuanto al entorno físico, la organización, la interacción y la cuarta dimensión (J. P. del Molino Cortés et al., 2009).

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Para la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula la satisfacción del contribuyente y todo lo que conlleva lograrlo es importante. Por lo tanto conocer el impacto que ha causado la modernización técnica de la operación de sus unidades de servicio a los contribuyentes, se convierte en un tema de estudio que retroalimente la gestión realizada.

J. P. del Molino Cortés et al., (2009) afirma: “problema es todo aquello que se convierte en objeto de reflexión y sobre el cual se percibe la necesidad de conocer y, por tanto, de estudiar” (p.88).

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En los últimos años, la definición y el ámbito de estrategia empresarial están en constante revisión. Pero un denominador común en muchos de los debates actuales sobre la estrategia y la competitividad empresarial es la cuestión de calidad, porque una cosa está clara, la calidad de los productos y servicios de una empresa determina su éxito o fracaso. Actualmente la Municipalidad de San Pedro Sula cuenta con un sistema mejorado en atención al contribuyente, ya que fue en el 2015 que por medio del fiduciario del fideicomiso se creó la Modernización Delegada para la dirección técnica y operación de las unidades de edificaciones y permisos de construcción, catastro, contribución por mejoras, control publicidad y mobiliario con el propósito de agilizar, mejorar y optimizar los servicios que se le brindan al contribuyente.

Todo esto debido a que en años anteriores se veía envuelta en una problemática que afectaba al contribuyente tales como: instalaciones inapropiadas, atención al contribuyente deficiente, baja recaudación, mal uso de sistemas de información y enlaces, débil control y acceso a información administrativa y financiera. Si bien es cierto, la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula ha mejorado su proceso de servicio al contribuyente, pero esta no cuenta con un instrumento o programa adecuado que mida la satisfacción del contribuyente en cuanto a los servicios recibidos. Por lo que es necesario medir el impacto que esta modernización causa en la satisfacción del contribuyente.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Por medio de la formulación del problema daremos a conocer los análisis del mismo, aplicando la Operacionalización de variables tanto dependientes como independientes que se relacionan con nuestro principal problema, las cuales seguidamente se analizarán y se conocerán los hallazgos, mismo que nos permitirá conocer la situación que se estudia, mostrando rasgos y conociendo el estado actual del entorno o el espacio estudiado.

Méndez (1995) citado por (C. Bernal Torres, 2010) afirma que los problemas: “se formula cuando el investigador dictamina o hace una especie de pronóstico sobre la situación problema. En lugar de hacerlos con afirmaciones, este pronóstico se plantea mediante la formulación de preguntas orientadas a dar respuestas al problema de investigación” (p.89).

La formulación del problema de nuestra investigación:

¿Qué influencia tiene el entorno físico, la organización, la interacción del empleado y la cuarta dimensión en la satisfacción del contribuyente de la modernización delegada, según el modelo Q+4D?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Además de definir los objetivos concretos de la investigación, es conveniente plantear, por medio de una o varias preguntas, el problema que se estudiará. Hacerlo en forma de preguntas tiene la ventaja de presentarlo de manera directa, lo cual minimiza la distorsión.(Roberto Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p.38)

¿Cómo afecta el entorno físico del lugar donde la Municipalidad de San Pedro Sula ofrece sus servicios de la modernización delegada?

¿Qué tan fundamental es la organización de la Municipalidad de San Pedro Sula en la satisfacción del servicio que ofrece?

¿Cómo influye la interacción contribuyente-Municipalidad en la satisfacción del servicio ofrecido?

¿Cuál es el nivel de relación de la cuarta dimensión en la satisfacción del servicio que se recibe en la Municipalidad de San Pedro Sula

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

“Los objetivos de la investigación señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías de estudio”(Roberto Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, p.37).

Un aspecto definitivo en todo proceso de investigación es la definición de los objetivos o del rumbo que debe tomar la investigación que va a realizarse. Así, los objetivos son los propósitos del estudio, expresan el fin que pretende alcanzarse; por tanto, todo el desarrollo del trabajo de investigación se orientará a lograr estos objetivos. (C. Bernal Torres, 2010)

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

(C. Bernal Torres, 2010) afirma: “El objetivo general debe reflejar la esencia del planteamiento del problema y la idea expresada en el título del proyecto de investigación” (p.99).

“Medir la influencia que tiene el entorno físico, la organización, la interacción y la cuarta dimensión en el proceso de servicio con la satisfacción del contribuyente de la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula”

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos expresan metas concretas que nos conducen a alcanzar el objetivo general en la investigación.

Analizar cómo afecta el entorno físico del lugar donde la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula ofrece sus servicios de modernización delegada en cuanto a la satisfacción del servicio que el contribuyente recibe.

Establecer la importancia de la organización de la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula en la satisfacción del servicio que ofrece.

Establecer el impacto que tiene la interacción contribuyente-Municipalidad de acuerdo al servicio recibido.

Describir la influencia de la cuarta dimensión en la satisfacción del servicio que se recibe en las instalaciones de la modernización delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Uno de los problemas más importantes que tiene el país en cuanto al régimen tributario se refiere, es el sistema de atención al contribuyente en las principales municipalidades de Honduras, el estudio del Modelo Q+4D ayudará a analizar y evaluar la satisfacción del contribuyente para poder proponer y establecer mecanismos metodológicos útiles para la Municipalidad de San Pedro Sula. Los resultados serán evidencia suficiente del desempeño en el servicio al cliente. (Julio Pedro del Molino Cortés, Moreno Guillermo, & Moreno Martínez, 2010)

El empleo de la tecnología en la actividad administrativa, permite una mejor y más eficiente gestión tributaria. Sin embargo, los peligros potenciales de la automatización irracional de los procedimientos administrativos tributarios, así como los relativos a la circulación de datos e información personal son también riesgos importantes que deberán preverse a la hora de implementar los avances de la tecnología a la gestión tributaria.

En este sentido, la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula a través de la modernización delegada ha desarrollado servicios basados principalmente en lo que los contribuyentes desean y cuales aspectos son más importantes para generar valor al servicio recibido para que la satisfacción permanezca. El uso inteligente y eficiente de las tecnologías de información y comunicación, ha sido uno de los pilares de éxito de la estrategia.

(Kotler & Armstrong, 2007)refieren: que las compañías comparten una pasión por satisfacer las necesidades del cliente en mercados meta bien definidos (p.3)

Es importante considerar que para que exista un compromiso por parte de los colaboradores, estos deben recibir incentivos y motivación para que puedan reflejar una buena conducta e imagen positiva de la organización hacia el exterior, en este caso con los

contribuyentes, ya que son ellos quienes perciben los aspectos positivos o negativos de la organización.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se evidenciará toda la información principal que se centra en el planteamiento de este proyecto de investigación. Es importante considerar en realizar un análisis que comprenda el macro-entorno así como el micro-entorno en relación a las condiciones socioeconómicas de la población activa sampedrana. Así mismo se presentará la conceptualización de las variables de investigación así como las teorías y los instrumentos que contribuirán al desarrollo del proyecto. Para la construcción del marco teórico que exista una comprensión completa de todos los conceptos que interactúan en el tema de investigación. El marco teórico o la perspectiva teórica se integra con las teorías, los enfoques teóricos, estudios, antecedentes en general, que se refieran al problema de investigación (R. Hernández Sampieri et al., 2010).

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El análisis de la situación actual del proyecto permite aclarar la perspectiva de la investigación presentando situaciones que inciden directamente con la investigación, con el único fin de poder analizar y sustentar el proyecto considerando variables exógenas y endógenas. El análisis del macro entorno, tiene como finalidad directa, proporcionar los estudios y avances que se han venido realizando para poder dar una respuesta al problema planteado en esta investigación. Asimismo, en el estudio del micro entorno se presentan los estudios y avances ya desde un ámbito más cercano que influye en su capacidad para satisfacer las necesidades de los contribuyentes.

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO

Actualmente las exigencias y necesidades de los contribuyentes se han visto en un constante cambio junto con la disponibilidad de información y los avances tecnológicos que les hace posible hacer comparaciones en cuanto las gestiones tributarias anteriores.

DHV CONSULTANTS GUATEMALA, S.A., fue fundada en el año 1998, y su actividad principal fue orientada a campos multidisciplinarios, con profesionales de nacionalidad guatemalteca y en algunos casos por profesionales extranjeros calificados en la materia de

modernización delegada. La mayoría de proyectos ejecutados se han realizado con el apoyo y participación de entidades públicas y privadas, así como algunos organismos internacionales.

DHV Consultants se fortalece luego de finalizada la representación que por más de 17 años se mantuvo con el grupo DHV BV HOLANDA, una de las firmas consultoras internacionales de ingeniería y servicios de consultoría multidisciplinarios, más grandes e importantes del mundo, cuya sede se encuentra en Amersfoort, Países Bajos, con oficinas en más de 55 países en el mundo.

Durante el periodo 1998-2014; DHV CONSULTANTS GUATEMALA, desarrollo y desarrolla actualmente, varios proyectos con Municipalidades de la República de Guatemala y otros países del área de Centroamérica, dentro de ellos y uno de los más grandes, fue la administración y operación del departamento de control de la construcción urbana, que a partir del año 2009 con la implementación del Plan de Ordenamiento Territorial-POT-cambio su nombre a Dirección de Control Territorial.

“Durante la ejecución de dicho proyecto se autorizaron más de 25 millones de metros cuadrados de construcción en la ciudad, se emitieron más de 48 mil licencias de construcción y se generaron ingresos por más 1,000 millones de quetzales por concepto de la recaudación de tasa de licencia municipal, arbitrios y rentas, convirtiéndolo en uno de los proyectos ejecutados más exitosos.

Asimismo DHV Consultants, ha demostrado ser la empresa líder en el desarrollo y ejecución de proyectos con Participación Pública Privada-PPP-logrando que el sector privado invirtiera más de US\$38,000.000 en proyectos importantes para la Ciudad de Guatemala, como estacionamientos subterráneos, equipamiento de Mobiliario Urbano, plazas y parques, taxis

rotativos, simposios de desarrollo metropolitano, hasta la implementación del Plan de Desarrollo Metropolitano para la Ciudad de Guatemala “Metrópolis 2010”.

En el periodo 2007-2010 a través de su subsidiaria DHV CONSULTANTS HONDURAS S.A., se firmó contrato con la Municipalidad de Tegucigalpa, Honduras para el desarrollo e

implementación del Proyecto Gerencia de METROPLAN, para ejecutar el proyecto de Control de la Construcción Urbana en la que actualmente se ejecuta el proyecto de Fortalecimiento Municipal con la Municipalidad de San Pedro Sula, República de Honduras.

Adicionalmente, durante el tiempo de la operación y gestión, se ejecutaron una serie de proyectos con varias Municipalidades, como la de Santa Catarina de Pínula, y Villa Nueva y Quetzaltenango; así como con otras entidades del Estado y Empresas Privadas(DHV Consultants, 2015).

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO

En este análisis daremos a conocer que a nivel nacional en Honduras solo la Alcaldía Municipal del Distrito Central y la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula han adoptado la modernización institucional, en cuanto a organismos públicos nos referimos. Si bien es cierto, existen diversos estudios realizados de organizaciones públicas y privadas que se interesan en la calidad de atención que se les brinda a los clientes.

El proyecto DHV Consultants Honduras surge a través de una convocatoria realizada por la Alcaldía Municipal del Distrito Central de la ciudad de Tegucigalpa-AMDC-; cuyo objetivo principal del proyecto perseguía la modernización institucional y la transformación del modelo de gestión, por medio de la operación y administración de la Gerencia de Control de la Construcción; que es la unidad encargada de autorizar los permisos para construcción, así como el Control del uso del Área Publica del Distrito Central que incluye la Ciudad de Tegucigalpa y Comayagüela. El proyecto fue ejecutado durante el periodo diciembre 2007 a diciembre 2012.

Para el desarrollo y ejecución del proyecto se contó con la participación de un equipo liderado por profesionales guatemaltecos, el cual fue complementado con grupo de más de 45 colaboradores hondureños, que incluía profesionales, técnicos y personal de apoyo, quienes fueron capacitados para alcanzar el nivel de excelencia requerido por DHV para operar este tipo de proyectos.

Dentro de los principales resultados obtenidos dentro de la gestión y operación del proyecto se pueden mencionar los siguientes:

Incremento de los ingresos económicos por cobro de licencias de construcción en más de un 400%; de 27 millones de Lempiras que se recaudaron en el año 2006, a 110 millones de lempiras en el 2008.

Reducción en los tiempos de obtención de la licencia de construcción, a través de la reducción de requisitos y eficientar los procedimientos actuales para la obtención de licencias.

Modernización del proceso de gestión de las licencias a través de un proceso de sistematización de la información y la implementación de un sistema alfanumérico y gráfico.

Remodelación y mejora del espacio físico para la atención al contribuyente.

Ordenamiento del espacio público, por medio del retiro de más de 10,000 elementos instalados sin autorización municipal.

Coordinaciones Institucionales Estatales y Municipales, así como con colegios Profesionales para la modificación y actualización de la normativa existente (DHV Consultants, 2017).

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

Un factor clave para todo análisis es medir el ámbito interno para realizar la investigación de la organización y recabar todos los aspectos relevantes.

La implementación y administración del proyecto de fortalecimiento de la gestión y la Modernización de la Municipalidad de San Pedro Sula en Honduras dio apertura en Mayo del 2015, y dentro de los principales objetivos del proyecto se encuentran el fortalecimiento de la imagen institucional, la reducción de tiempos en atención al contribuyente, eficientar procesos actuales, actualización de la normativa y reglamentos municipales, incrementar los ingresos

municipales, aumentar la satisfacción de los servicios ofrecidos al contribuyente, la reubicación de las oficinas recaudadoras con el fin de brindar una mejor atención, y todas aquellas acciones y actividades que permitan hacer más eficiente y transparente la gestión en la prestación de los servicios tributarios.

Dentro de las diferentes dependencias que forman parte del proyecto se encuentran las siguientes:

Edificaciones y Permisos de Construcción: Es la unidad encargada de la aplicación de la normativa vigente para la emisión de los permisos de construcción, ampliación, remodelación entre otros, así como aprobar los proyectos de urbanización y lotificación. Dentro de los ejes de trabajo que forman parte del proceso de modernización y transformación de la gestión de la unidad, se encuentran la remodelación del área de atención al público, incrementar la cobertura en el área de control de campo y la reingeniería y sistematización de procesos en la ventanilla única.

Catastro Municipal: es la oficina encargada de mantener y ejercer un estricto control sobre los bienes municipales que se localizan dentro de la jurisdicción del municipio de San Pedro Sula. Asimismo, es la encargada de generar la base de datos inmobiliaria y sus características, para sobre dicha base establecer el cobro porcentual de acuerdo al valor catastral registrado. Dentro de los ejes de trabajo previstos en el proceso de modernización y transformación de la gestión de la unidad se encuentran el área de atención al público, área de codificación y la ventanilla única.

Contribución por Mejoras: es la unidad que tiene como función principal la gestión, promoción y socialización de proyectos de infraestructura que brinden un beneficio social y que respondan a la necesidades de la población de San Pedro Sula y su área de influencia, para el efecto determina el área o zona de influencia que el proyecto abarca en su implementación y los montos que cada vecino o propietario de los inmuebles beneficiados con la obra deben pagar a la Municipalidad por los trabajos realizados. Dentro de las líneas de trabajo que se están ejecutando se encuentran la gestión de proyectos de inversión, la delimitación de zonas de influencia de

futuras obras, la actualización de la base de datos gráfica, el diseño y la planificación de proyectos y la recuperación de la cartera morosa.

Control Publicidad y Mobiliario Urbano: es la unidad encargada del control y la aprobación de la instalación de elementos de publicidad, es la oficina encargada del cobro por el mantenimiento de elementos publicitarios que permanecen instalados en la ciudad. Dentro de los ejes de trabajo que se están implementando se encuentran el inventario de rótulos, la reingeniería de procesos, la actualización de la normativa, bases de datos alfanumérica y gráfica y la recuperación de la cartera morosa de publicidad.

La buena atención al contribuyente no debe de ser un servicio adicional. Armando Calidonio Alvarado, (2017) La municipalidad se transformó para agilizar los servicios a la ciudadanía. Ganaron los contribuyentes porque ahora necesitan menos tiempo para realizar sus trámites, gracias a la habilitación de pagos electrónicos, y también gano la administración porque cambio sus mecanismos de archivos y seguimiento de pagos.

2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

“Es un conjunto de constructos (conceptos) interrelacionados, definiciones y proposiciones que presentan una visión sistemática de los fenómenos al especificar las relaciones entre variables, con el propósito de explicar y predecir los fenómenos”(R. Hernández Sampieri et al., 2010, p.80).

2.2.1 SERVICIO AL CLIENTE

El servicio al cliente para una organización en el transcurso del tiempo se vuelve más importante y adopta un conjunto de estrategias diseñadas para satisfacer a sus clientes mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Dicho esto, podríamos empezar a pensar, que en efecto, el cliente siempre tiene la razón, pero como todo dicho popular siempre esconde su verdad, ya que no necesariamente es siempre cierto. Para aplicar este concepto de que el cliente es el rey, la mercadología debe comprender plenamente a los consumidores y el mercado en el que opera.

(Kotler & Armstrong, 2007)afirman: Los clientes pueden desear recibir productos y servicios a un valor por debajo del real o aspirar a un tipo de prestación que no esté contemplada en la oferta de valor de la organización y si no tenemos, esto bien claro podríamos caer en la trampa de volvernos altamente complacientes. (p. 82)

2.2.1.1 NECESIDADES DE LOS CLIENTES

Para satisfacer las necesidades de los clientes es importante conocer el comportamiento del consumidor o necesidades, de manera que se deben hacer estudios con este objetivo y diseñar estrategias de marketing en función a lo que la compañía persigue, esto es, satisfacer a los clientes para conseguir unos objetivos mayores dentro de la empresa.

Se debe estudiar el comportamiento del consumidor, para poder conocer que es lo que consume, compra o utiliza un producto o servicio. El cliente debe ser el punto más importante a tener en cuenta en las estrategias de marketing, sabiendo que compra, como lo compra, porqué compra, cuando compra, cuanta compra, y como lo utiliza. Es importante destacar que no hay que confundir necesidad con deseo y demanda.

Cabe enfatizar que no siempre es fácil entender las necesidades y deseos de los clientes. Algunos consumidores tienen necesidades de las que no son plenamente conscientes, o quizá no son capaces de expresarlas, o utilizan palabras que requieren interpretación. En el pasado, responder a las necesidades de los consumidores consistía en estudiar sus necesidades y fabricar productos que logran satisfacer el promedio de tales necesidades. Sin embargo, en la actualidad, algunas empresas están respondiendo a las necesidades particulares de cada cliente.(Kotler & Armstrong, 2007).

2.2.1.2 CARACTERISTICAS DEL SERVICIO AL CLIENTE

Un servicio posee características propias que lo diferencian del producto según (J. P. del Molino Cortés et al., 2009)dentro de estas destacan:

Su intangibilidad: los servicios no pueden ser vistos, ni aprobados, ni sentidos, ni escuchados, ni gustados, antes de ser comprados.

Su complejidad: existen muchos factores que inciden en la calidad del servicio.

La no almacenabilidad: se va extinguiendo a medida que se va prestando el servicio.

Su heterogeneidad: se prestan servicios de diferente índole en diferentes sectores, tales como actividades recreativas, turismo, comunicaciones, actividades inmobiliarias, atención personal y médica, actividades profesionales, educación, seguros, finanzas, transporte, etc.

Otras: como la estacionalidad, la inseparabilidad o la caducidad (p.20.)

2.2.1.3 CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES

Realizar una clasificación de los clientes da la apertura a la empresa para dirigir, diferenciar y centrar los esfuerzos hacia donde sea más eficaz, permite encontrar a los clientes potenciales para analizar sus necesidades y en función de ello, trabajar para alcanzar ese nivel de satisfacción deseado para convertirse en una empresa que piensa en sus clientes y los atiende de la mejor forma posible. Se definen estrategias que conllevan al éxito en la obtención de la mejor calificación por parte de los clientes y que no existan inconformidades.

Cabe destacar que es importante que se identifiquen cuáles son los diferentes tipos de clientes que tiene la empresa y saber cómo clasificarlos de las formas correctas, para que de esta manera se puedan proponer estrategias que permitan adaptarse como institución a las particularidades de cada tipo de cliente.

Cientes Actuales: Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente, por lo cual se encuentra en la base de datos.

Este tipo de clientes son los que en la actualidad están realizando compras y son los que requieren una atención especial para retenerlos, ya que son los que en la actualidad le generan ingresos económicos a la empresa.

Cientes potenciales: Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tiene la disposición necesaria, el poder de comprar y la autoridad para comprar.

Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y, por tanto, se los puede considerar con la fuente de ingresos futuros.

2.2.2 LA CALIDAD Y SATISFACCION DEL CLIENTE

Cuando hablamos de la calidad y la satisfacción al cliente son dos conceptos que van íntimamente relacionados e importantes ya que son una evaluación de cumplimiento, es decir si dicho servicio cumple con los fines que tiene previsto y que puede verse en el grado de satisfacción del cliente, por ello la calidad del servicio la define el cliente, no la empresa, los colaboradores o los allegados, es el cliente que decide si el servicio es de calidad o no partiendo de sus expectativas y el grado de cumplimiento de estas, la satisfacción del cliente se ve determinada por lo que el cliente tuvo que ceder o sacrificar (dinero, tiempo, etc.) a cambio del servicio, por ende la satisfacción entonces se vuelve una respuesta emocional del consumidor derivada de la comparación de las recompensas (percepción de la calidad del servicio, percepción de los tangibles en el servicio, etc.) y costos con relación a las expectativas, así la percepción de la calidad del servicio es un componente más que repercute en la satisfacción del cliente .

La calidad en el servicio prestado se enfoca prácticamente en la dimensión del servicio, mientras la satisfacción es un concepto más amplio que no solo se ve afectado por las recompensas, sino también por factores personales y situaciones que se escapan del control del prestador del servicio. Cuando un cliente se encuentra satisfecho se logran dos ventajas para la empresa y una de ellas es percibir a un cliente leal y la otra es la comunicación que este transmite a los demás de manera positiva.

Para lograr la satisfacción del cliente, una organización debe ofrecer calidad en sus bienes y servicios. La calidad representa todas las dimensiones del producto ofrecido que termina en beneficios para el cliente. Una vez realizada la compra, el cliente hace la comparación entre lo que esperaba y lo

recibido. La calidad percibida es la evaluación en la experiencia del contacto con la compañía. Se incluye la experiencia de consumo, la experiencia previa y posterior. (Julio Pedro del Molino Cortés et al., 2010)(Julio Pedro del Molino Cortés et al., 2010)

Como resultado de la comparación el cliente puede encontrarse con tres posibles eventos; primero que la calidad percibida es inferior a la calidad esperada, si esto ocurre el cliente se encuentra insatisfecho, desilusionado, creando una negación del cliente hacia el producto o servicio, por ello es muy importante que la empresa se esfuerce por brindar un servicio de calidad que supere las expectativas del cliente Julio Pedro del Molino Cortés et al., (2010).

Segundo que la calidad percibida sea igual a la calidad esperada, en esta situación el cliente se encuentra satisfecho y es probable que regresa a la empresa para hacer uso de los productos o servicios, pero eso no garantiza su fidelidad al negocio. La empresa debe esforzarse por superar el nivel de satisfacción que actualmente brinda. Tercero que la calidad percibida sea superior a la calidad esperada, en esta situación el cliente se encuentra satisfecho ya que percibió la excelencia en el servicio y se siente encantado por los beneficios que la empresa le ofrece, aquí existe un alto grado de probabilidad de que el cliente regrese y recomiende la empresa a otros clientes potenciales, en este momento el cliente se convierte en un agente de ventas externo de la empresa y sin ningún costo Julio Pedro del Molino Cortés et al., (2010).

2.2.3. TEORIA DEL MERCADO DE ATRIBUTOS

Los análisis y estudios sobre el servicio y la satisfacción del cliente son temas de la actualidad; por lo tanto, las empresas grandes participan en diferentes actividades y utilizan conceptos u opiniones para evaluar las diferentes percepciones de sus clientes en relación con la empresa proveedora del bien o servicio. Se tomará como teoría de sustento el modelo Q+4D basado en la opinión y estudios de varios expertos en el tema la cual la hace válida. Posteriormente se tomara una herramienta de medida para analizar los resultados en base a la teoría expuesta. Julio Pedro del Molino Cortés et al., (2010).

El modelo Q+4D se utiliza para identificar el mayor número posible de atributos en relación a la calidad de los servicios ofertados y tomar únicamente aquellos que son de aplicación real en su actividad particular. A los poseedores o administradores de empresas, este planteamiento les permite la selección

aquellos atributos considerando que debe ser evaluado por sus clientes, generando para ellos un resumen de sus propias necesidades. Los resultados de la evaluación le permitirán a la empresa implementar medidas de mejora en cuanto al servicio brindado a los clientes (Julio Pedro del Molino Cortés et al., 2010, p.36)

Basado en el modelo de medición de servicios se agrupan los principales atributos a evaluar de la empresa los cuales se dividen en tres principales dimensiones; entorno físico, organización e interacción, se analizaron los conceptos y las diferentes dimensiones de cada atributo para cubrir todos los factores que interactúan en el nivel de servicio (Julio Pedro del Molino Cortés et al., 2010).

Es así como se han acondicionado a la organización tomando en cuenta el rubro de la misma. Seguidamente es necesario separar el proceso de atención en etapas para una mejor apreciación y análisis de acuerdo a Julio Pedro del Molino Cortés et al., (2010)“los servicios prestados por una empresa son temporales y existen cuatro fases en el proceso” (p.37).

Fase I o pre servicio: búsqueda de información por el cliente y contactos previos. En ellas el cliente se pregunta por el valor que le reportara el servicio.

Fase II o presentación: es la ejecución de las actividades relacionadas con la realización del servicio.

Fase III o resultado: es lo obtenido de las actividades realizadas en la presentación.

Fase IV o post servicio: es el último proceso relacionado con la calidad del servicio, posterior a la presentación del servicio, que es percibido por los clientes de la organización.

2.2.3.1 ENTORNO FISICO

El entorno se refiere a varias características de la empresa, donde esta es totalmente dependiente de su entorno y su éxito depende de gran medida de cómo se relacione con él, ya que del entorno se toman los recursos que necesita (energéticos, financieros, tecnológicos, humanos y comunicaciones).

El entorno físico se basa en atributos relacionados con los aspectos materiales de la localización. En él se ponen en relación el cliente y la empresa para solicitud de información, la realización de la transacción o cualquier operación de contacto cliente-empresa. (J. P. del Molino Cortés et al., 2009)

Instalaciones: Adecuación de las infraestructuras (locales, oficinas, aulas, etc., y los servicios auxiliares necesarios de agua, corriente eléctrica) para una correcta ejecución del servicio, por sus dimensiones, apariencia, condiciones físicas, etc.

Equipamiento: Adecuación de los equipos y otros recursos materiales para la realización correcta del servicio, en cuanto a número, buen funcionamiento, modernidad.

Localización: Situación y facilidades para acceder a las instalaciones donde se realiza el servicio.

2.2.3.2 ORGANIZACIÓN

El propósito de la organización es simplificar el trabajo y coordinar y optimizar funciones y recursos. En otras palabras lograr que el funcionamiento de la empresa resulte sencillo y que los procesos sean fluidos para quienes trabajan en ella, así como para la atención y satisfacción de los clientes. En esta etapa se definen las áreas funcionales, las estructuras, los procesos, sistemas y jerarquías para lograr los objetivos de la empresa, así como los sistemas y procedimientos para efectuar el trabajo.(Münch Galindo & Patiño Gómez, 2010).

La finalidad debe ser ofrecer una buena experiencia al cliente. La organización se refiere a todos aquellos atributos relacionados con las decisiones que el empresario toma sobre la definición de su servicio y cómo hacer para materializar la prestación del mismo. (J. P. del Molino Cortés et al., 2009)

Diseño: organización del proceso de prestación del servicio y de los recursos empleados.

Oferta: conjunto de servicios distintos ofrecidos por la compañía.

Horarios: correspondencia entre el rango de horario de la prestación del servicio o de apertura de locales y las necesidades o disponibilidad de los clientes.

Seguridad Personal: protección de la integridad física de las personas y protección de sus pertenencias contra agresiones, robos, incendios, durante su permanencia en el recinto donde se presta el servicio.

Plazos: conformidad del tiempo invertido por el cliente con el valor del bien o servicio adquirido o en general con las satisfacciones que el cliente experimenta en la adquisición del bien o servicio.

Información: calidad de los datos sobre las características del servicio o bien, sobre el proceso de prestación del servicio o de compra del bien o sobre la propia compañía.

2.2.3.3 INTERACCIÓN

La interacción hoy en día se define como a mayor cercanía y contacto con los clientes, se obtendrá una mejor respuesta por parte de estos y, por consiguiente, mejora la relación y el estrechamiento de los vínculos entre empresa y cliente.

“El nivel de servicios al cliente afecta directamente a la demanda; por lo tanto, transmitir al cliente las actitudes y acciones correctas es clave para fortalecer la relación” (Stanton, Etzel, Walker, Carranza Garza, & Ortiz Staines, 2007).

Es de común conocimiento que las empresas buscan cada día más la interacción con los clientes (actuales y potenciales) a través de la interacción, las empresas crean una brecha más íntima con los clientes y esto les permite conocer sus expectativas y poder cumplirlas.

“Son muchas las empresas que intentan desarrollar relaciones con sus clientes a largo plazo y buscan la aportación de los mimos en cuanto a cómo mejorar los productos y el nivel de servicio dentro del establecimiento” (Ferrell & Hartline, 2012, p. 135).

Comportamiento de las personas: características relativas a las actitudes de las personas respecto a sus clientes.

Profesionalidad de las personas: características relativas a las aptitudes y competencias técnicas que las personas demuestran ante los clientes.

Apariencia física de las personas: imagen o presentación física de las personas que se relacionan con los clientes.

Fiabilidad: capacidad de cumplir con los requerimientos del cliente y/o con las obligaciones contraídas con él.

Seguridad: certeza de la inexistencia de riesgos o dudas en el cumplimiento de lo especificado o establecido. Ausencia de incidencias en la ejecución del servicio.

Capacidad de respuesta: adaptabilidad a solicitudes de servicio no estándares y resolución eficaz de incidencias o problemas de ejecución del servicio, sin pérdidas de valor para el cliente.

Confidencialidad: protección de los datos de carácter personal comunicados.

2.2.3.4 CUARTA DIMENSIÓN

La cuarta dimensión analiza aspectos como la exclusividad, la diferenciación, la responsabilidad social, es decir la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas como estrategia para mejorar su situación competitiva y su valor agregado, la imagen corporativa y de marca en la cual se toman en cuenta aquellos aspectos del logo de la empresa, los colores, es decir, aquellos aspectos en los que los clientes identifican o diferencian una compañía, la capacidad de innovación y de personalización para decidir entre el servicio de la empresa u otro.

“Permite saber si la empresa está capacitada para mantener a sus clientes o para captar otros sin necesidad de interacción. Esta dimensión se encarga de analizar y gestionar la calidad percibida por el cliente.” (J. P. del Molino Cortés et al., 2009, p.56).

2.2.3.5 MODERNIZACIÓN

La modernización comprende un proceso continuo de mejora con el fin de que las acciones respondan a las necesidades y expectativas de los clientes. Esto implica mejorar la forma en que las empresas hacen las cosas introduciendo mecanismos más transparentes y eficientar los procesos de provisión de bienes y servicios, entre otros aspectos. Así mismo llevar a cabo acciones de monitoreo y evaluación para introducir los cambios y ajustes necesarios y con ello llevar a mejorar los procesos.

CAPITULO III. METODOLOGÍA

En este capítulo se presenta la metodología de la investigación que incluye la Operacionalización de las variables determinadas para la investigación. Estas variables a su vez son subdivididas en dimensiones y posteriormente obtener los indicadores necesarios de cada variable, con el objetivo de estructurar la información eficazmente. Asimismo, se presenta un punto muy importante como lo es la hipótesis, ya que está vinculada tanto la teoría con la investigación empírica y la comprobación de la misma. También cabe destacar que se presenta el diseño experimental de la investigación con el detalle de los instrumentos y técnicas que se utilizaron.

En este capítulo se fijó la metodología y técnicas para obtener resultados sobre el planteamiento del problema.

3.1 CONGRUENCIA METODOLOGICA

En la congruencia metodológica se analiza la conexión existente entre cada una de las variables con respecto a las preguntas de investigación y el planteamiento del problema, que son congruentes con los objetivos del estudio.

La investigación debe tener una definición clara sobre la empresa elegida así como el camino que dicha investigación debe tomar (Roberto Hernández Sampieri et al., 2010).

3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA

La matriz metodológica es una estrategia que se desarrolla con el propósito de trazar de forma general el proceso de investigación, para garantizar que cada uno de los elementos que se utilizaran en la investigación brinde un aporte científico valioso que defina y delimite los alcances de la investigación y a su vez permite la secuencia lógica para que el tema de estudio sea continuo. Este instrumento dará sustento y lógica al estudio brindando una visión clara del mismo (Roberto Hernández Sampieri et al., 2010)

Tabla 1: Matriz metodológica.

Título		Análisis de satisfacción de clientes en cuanto a la modernización delegada en el servicio al cliente por la Municipalidad de San Pedro Sula.			
Problema	Objetivo General	Objetivos específicos	Preguntas de investigación	Variables	
				Independientes	Dependientes
¿Qué influencia tiene el entorno físico, la organización, la interacción del empleado y la cuarta dimensión en la satisfacción del contribuyente de la modernización delegada según el modelo Q+4D?	Medir la influencia que tiene el entorno físico, la organización, la interacción y la cuarta dimensión en el proceso de servicio con la satisfacción del contribuyente de la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula	Analizar cómo afecta el entorno físico del lugar donde la Municipalidad de San Pedro Sula ofrece sus servicios de modernización delegada en cuanto a la satisfacción del servicio que el contribuyente recibe.	¿Cómo afecta el entorno físico del lugar donde la Municipalidad de San Pedro Sula ofrece sus servicios de Modernización Delegada?	Entorno físico	Satisfacción del cliente.
		Establecer la importancia de la organización de la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula en la satisfacción del servicio que ofrece.	¿Qué tan fundamental es la organización de la Municipalidad de San Pedro Sula en la satisfacción al cliente que ofrece?	Organización	
		Establecer el impacto que tiene la interacción contribuyente-municipalidad de acuerdo al servicio ofrecido	¿Cómo influye la interacción contribuyente-municipalidad en la satisfacción del servicio ofrecido?	Interacción	
		Describir la influencia de la cuarta dimensión en la satisfacción del servicio que se recibe en las instalaciones de la modernización delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.	¿Cuál es el nivel de relación de la cuarta dimensión en la satisfacción del servicio que se recibe en la Municipalidad de San Pedro Sula?	Cuarta dimensión	

Fuente: Elaboración propia.

La matriz detalla la estructura de la presente investigación demostrando de una forma clara el problema de la investigación, el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación

dando a conocer la separación entre las variables donde la satisfacción del cliente es la variable dependiente y el entorno físico, la organización, la interacción y la cuarta dimensión son las independientes.

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Las variables determinan los objetos que se intentan explicar a través de la investigación es decir hay un elemento que es alterado por otros factores. La variable dependiente no se manipula, sino que se mide para ver el efecto de la manipulación de las variables independientes tienen en ella, mientras que las variables independientes pueden tener grados de manipulación para comprobar que tanto afecta a la variable dependiente (Roberto Hernández Sampieri et al., 2010).

Reynolds (1986) citado por Roberto Hernández Sampieri et al., (2010) Afirma: “Una definición operacional constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, las cuales indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado” (p.111).

Las variables y dimensiones se han definido tomando en cuenta el modelo Q+4D, acercando al objeto de estudio donde fueron definidos los elementos importantes, dimensionándose a dichas variables, estas serán medidas y evaluadas por los clientes.

Se denominan variables independientes a todo aquel aspecto, hecho, situación, rasgo, entre otros, que se consideran como la causa en una relación de variables. Se conoce como variable dependiente al resultado o efecto producido por la acción de la variable independiente. (C. Bernal Torres, 2010)

La siguiente figura muestra la relación entre las variables independientes de entorno físico, organización, interacción, cuarta dimensión y la variable dependiente que se enfoca en la satisfacción del cliente

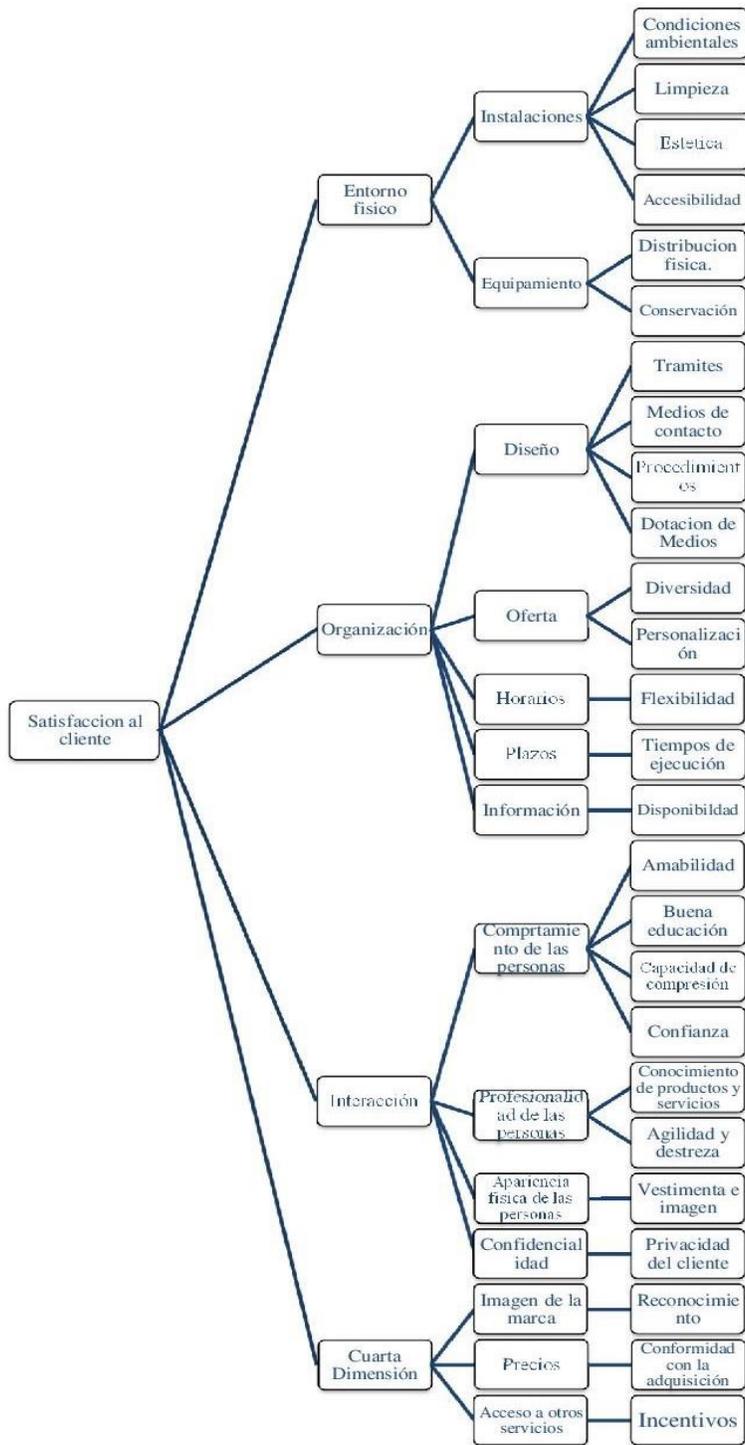


Figura 1: Diagrama de variables.

Fuente: (Propia, 2017)

Tabla 2: Operacionalización de variable

Independiente	Conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades	
						Categorías	Escala
Entorno físico	El entorno físico se basa en las instalaciones adecuadas en cuanto a su infraestructura para una correcta ejecución del servicio en la fase de talleres, por sus dimensiones, comodidad, apariencia, condiciones físicas y sobre todo por la funcionalidad.	El entorno físico debe contribuir al incremento de la eficiencia de las actividades de la empresa, que permita a los empleados desenvolverse de manera eficiente.	Instalaciones	Condiciones ambientales	1) Así considera que es la temperatura del local.	Muy Malo Regular Bueno Muy Bueno	1 2 3 4 5
				Limpieza	2) Así considera que es la limpieza en las instalaciones		
				Estética	3) Así considera que es la apariencia del local		
				Accesibilidad	4) Así califica el acceso a las instalaciones		
			Equipamiento	Distribución física	5) Así considera adecuada la colocación de los equipos mobiliarios en el local		
				Conservación	6) Así califica el funcionamiento de los instrumentos y herramientas		

Continuación de la tabla 2

Independiente	Conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades	
						Categorías	Escala
Organización	La organización se refiere a todos aquellos atributos relacionados con las decisiones que el empresario toma, la definición del servicio y cómo materializar la prestación del mismo.	Para que una empresa logre la satisfacción del cliente, debe realizar las operaciones de manera eficiente para prestar los servicios de manera eficaz y que supere las expectativas de los clientes.	Diseño	Trámites	7) Así califica los trámites realizados para los pagos tributarios	Muy Malo Regular Bueno Muy Bueno	1 2 3 4 5
				Medios de contacto	8) Así considera los medios para contactar a los asesores (as).		
				Procedimientos	9) Así califica los procedimientos para solicitar información requerida.		
				Dotación de medios	10) Así considera el número de personas para la prestación del servicio.		
			Oferta	Diversidad	11) Así califica la oferta de los servicios ofrecidos.		
				Personalización	12) Así califica la personalización (interés) en el servicio que es solicitado.		
			Horarios	Flexibilidad	13) Así considera es el horario de atención.		
			Plazos	Tiempos de ejecución	14) Así califica el tiempo invertido durante recibe el servicio.		
			Información	Disponibilidad	15) Así califica la información a la que accede una vez que recibe el servicio.		

Continuación de la tabla 2

Independiente	Conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades	
						Categorías	Escala
Interacción	La interacción se refiere a aquellos atributos relacionados con los aspectos sociales de las operaciones de contacto cliente y empresa	La empresas deben conocer a sus clientes y entender las necesidades de los mismos con el fin de brindar un servicio eficiente.	Comportamiento de las personas	Amabilidad	16) Así es la atención que recibe del personal.	Muy Malo Regular Bueno Muy Bueno	1 2 3 4 5
				Buena educación	17) Así es la ética del personal que le atiende.		
				Capacidad de comprensión	18) Así califica las respuestas que recibe del personal de atención.		
				Confianza	19) Así es la confianza que transmite el personal.		
			Profesionalidad de las personas	Conocimiento de productos y servicios	20) Así es el conocimiento del personal que le atiende.		
				Agilidad y destreza	21) Así son las habilidades del personal en la realización del servicio.		
			Apariencia física de las personas	Vestimenta	22) Así califica la vestimenta del personal.		
				Imagen	23) Así califica la apariencia personal.		
			Fiabilidad	Cumplimiento del acuerdo	24) Así califica los compromisos pactados.		
			Confidencialidad	Privacidad del cliente	25) Así califica el acuerdo de privacidad.		

Continuación de la tabla 2

Independiente	Conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades	
						Categorías	Escala
Cuarta Dimensión	La cuarta dimensión analiza aspectos como la exclusividad, la diferenciación, la imagen corporativa y de marca, la capacidad de innovación y de personalización para decidir entre el servicio de la empresa u otro.	Analizar y gestionar la calidad percibida por el cliente.	Imagen de marca	Reconocimiento	26) Así califica la marca, imagen y valores de la empresa	Muy Malo Regular Bueno Muy Bueno	1 2 3 4 5
			Acceso a Otros Servicios	Incentivos	27) Así califica otros servicios a los que tiene acceso (plataforma digital, apoyo con los servicios en línea,).		
			Estrategias de Negocios	Toma de Decisiones	28) ¿Qué nivel de impacto ha tenido la modernización delegada en las decisiones estratégicas de la empresa?		

A través de la operacionalización de variables se pudo aplicar el modelo Q+4D el cual se dirigió solo a los aspectos aplicables para la Modernización Delegada de la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula, para medir la calidad del servicio percibido por los contribuyentes, y de esta manera poder determinar cuáles son los aspectos que tienen oportunidad de mejora.

3.1.3 HIPÓTESIS

La hipótesis en toda investigación es de vital importancia, según Sampieri, son la guía precisa hacia el problema de investigación, es decir explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a través de proposiciones. Como propósito de la hipótesis es plantear una solución al problema que posteriormente será comprobada (Roberto Hernández Sampieri et al.,

2010). Es por ello que a continuación se detalla la hipótesis de la investigación y su respectiva hipótesis nula.

A continuación se presentan las hipótesis de la investigación con el objetivo de ser aceptada o rechazada.

Hi: Existen diferencias en las opiniones de los contribuyentes en relación a la satisfacción de los servicios de Modernización Delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.

H0: No existen diferencias en las opiniones de los contribuyentes relación a la satisfacción de los servicios de Modernización Delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

En el presente capítulo se definen las metodologías de investigación a utilizar en el estudio y en qué consiste cada una de ellas. Se plantean una mezcla de metodologías y estudios que darán base a la investigación que tiene como objetivo evaluar el servicio al contribuyente en las oficinas de la modernización delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.

A continuación, se detalla el esquema de investigación, donde se muestra el enfoque metodológico utilizado.



Figura 2: Metodología de la Investigación

Fuente: (C. A. Bernal Torres, 2010)

El método de investigación que se utilizó para la realización de la presente investigación es correlacional, ya que se tiene como propósito evaluar la relación que existe entre varias variables en un contexto particular y determinado (C. Bernal Torres, 2010).

El proceso de investigación es un sistema constituido por varios componentes que a medida que va desarrollándose, cada componente recibe influencia del anterior, pero, a la vez es seguido e influido por otro.

La investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Uno de los puntos importantes respecto a la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea causa de la otra. El método correlacional examina asociaciones o relaciones, pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio o en otro.(C. A. Bernal Torres, 2010, p. 114)

El tipo de estudio no experimental, dado que se trata de una investigación donde no se hace manipulación de las variables independientes. En este tipo de estudio, se observan los fenómenos tal y como se dan en un contexto natural, para posteriormente analizarlos. La investigación no experimental es ex post-facto(Ary,Jacobs,& Razavieh, 1996).

Este tipo de investigación puede clasificarse en diseños longitudinales y transversales, por lo que se ha seleccionado un tipo de diseño transversal o transaccional, se recolecta datos en solo momento, en un tiempo único teniendo como propósito describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Roberto Hernández Sampieri et al., 2010).

En el análisis llevado a cabo en las instalaciones de la modernización delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula se conoció los efectos de hechos producidos haciendo uso de la técnica de la encuesta con la finalidad de medir el nivel de servicio el cual es el objeto de estudio, por lo tanto, la caracteriza como una investigación no experimental.

La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde nos hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en un contexto natural, para posteriormente analizarlo.(Roberto Hernández Sampieri et al., 2010, p.149)

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación. Señala al investigador lo que se debe hacer para lograr sus objetivos de investigación. (R. Hernández Sampieri et al., 2010).

3.3.1 POBLACIÓN

Es necesario determinar sobre quienes se hará la recolección de datos que serán analizados para responder al planteamiento del problema y alcanzar los objetivos. Roberto Hernández Sampieri et al., (2010) una población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con

determinadas especificaciones. Considerando la definición anteriormente expuesta se determina que la población seleccionada son los contribuyentes de la modernización delegada de la municipalidad de San Pedro Sula. Con una cantidad de 7,000 contribuyentes.

3.3.2 MUESTRA

Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio (C. Bernal Torres, 2010).

El tipo de muestra utilizada para estudio fue probabilístico con un cálculo de 315 encuestas por aplicar de manera aleatoria a los contribuyentes de la Municipalidad de San Pedro Sula.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Donde:

- 1) N = Total de la población (7,000)
- 2) Z= 1.96² nivel de confianza
- 3) P= Probabilidad 50%
- 4) E= Error de estimación máximo aceptado (5%)
- 5) Q= Probabilidad de fracaso (50%)

$$n = \frac{7,000 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (7,000 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$N = 364 \text{ encuestas}$$

3.3.3 UNIDADES DE ANÁLISIS

La unidad de análisis es el elemento del que se obtiene la información fundamental para realizar la investigación, estas unidades tienen que estar bien definidas para que los resultados

sean congruentes con los resultados esperados (Rojas, 2017). (Para el caso de la muestra la unidad de análisis son los contribuyentes que reciben los servicios de la modernización delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que extreme su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala (R. Hernández Sampieri et al., 2010, p.245).

“El escalamiento de Likert conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (Roberto Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p.238)

En el caso que nos ocupa se estableció la siguiente distribución de categorías: muy bien, bien, regular, mal y muy mal, si y no, para poder evaluar las variables que permiten medir la satisfacción del cliente. Categorías que equivalen a: puntuación 1= Muy Malo; 2= Malo; 3=Regular; 4= Bueno; y 5; Muy Bueno, así mismo 1=Si; 0=No.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

El investigador requiere de técnicas e instrumentos que le permitan recabar la información acerca de los temas de que se relacionan con las variables y estas a su vez con las preguntas de investigación. Al hacer uso de estos elementos se contribuye a que se pueda evaluar de manera más efectiva la satisfacción del contribuyente.

3.4.1 INSTRUMENTOS

Roberto Hernández Sampieri et al., (2010) un instrumento es un recurso que utiliza un investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. Con la

adquisición de dicha información se puede validar y fundamentar una respuesta para las preguntas de investigación, así como un respaldo para la hipótesis.

Cada recurso que el investigador utilice podrá acercarlo al problema o fenómeno por analizar y extraer toda la información posible del mismo.

El cuestionario es la herramienta básica que permite desarrollar más adelante la modalidad a través de la cual se recoge la información de los clientes a modo de preguntas estos respondieron en función de sus interés (J. P. del Molino Cortés et al., 2009). Considerando lo anterior utilizamos este instrumento de llenado fácil mediante el cual se busca obtener la información apropiada que permita analizar y representar más en seguida los resultados de los indicadores propuestos.

3.4.2 TÉCNICAS

Las técnicas utilizadas tienen como finalidad facilitar al instrumento la adquisición de información. Cada estudio aplica técnicas diferentes dependiendo de la información que se requiera obtener. De acuerdo con el método y tipo de investigación que se realizó, se utilizó la técnica de la encuesta acompañada del cuestionario desarrollado. El propósito fue recolectar la información válida y confiable que permitiera general conocimiento en el proceso de desarrollo del estudio (C. Bernal Torres, 2010).

En esta ocasión la encuesta será aplicada a la muestra calculada y serán un total de 315 de las cuales se obtendrá directamente de los contribuyentes de la modernización delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.

Tabla 3: Estadístico de Fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.869	28

Fuente: (Propia, 2017)

La tabla 3 muestra el nivel de confiabilidad de 0.869 de la encuesta que se obtuvo a través de una muestra aplicada a 30 contribuyentes usuarios de la modernización delegada con 28 preguntas cada encuesta.

Al tener un alfa mayor a 0.5, la encuesta se considera que tiene validez (Roberto Hernández Sampieri et al., 2010).

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Existen dos tipos de fuentes de información. El uso de cualquiera de ellas depende de lo que se desea conocer. Es importante la selección cuidadosa y adecuada de las fuentes de información, ya que se busca en todo momento que la información haga un aporte significativo tanto al marco teórico como al análisis de variables de investigación. La recopilación de información es un proceso que implica identificar datos necesarios, para responder a los objetivos y para probar la hipótesis de la investigación (C. Bernal Torres, 2010).

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Como fuentes primarias utilizamos la encuesta, documentos elaborados por la municipalidad de San Pedro Sula, ambas fuentes brindan información directa de los contribuyentes, de manera que es importante para medir el nivel de satisfacción del contribuyente.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias son documentos, artículos, libros o revistas que contienen información que es vital para la comprensión del estudio y que ha sido recopilada siguiendo los lineamientos de las normas APA. A continuación, se detallan las fuentes secundarias utilizadas en la investigación:

Libros de texto

Tesis elaboradas con anterioridad relacionadas a nuestro tema de investigación

Libros en Línea

Así fueron seleccionadas todas aquellas que ofrecieron información sobre el tema investigado, referenciándose para aprovechar conocimiento valido sin olvidar que no son la fuente original de los hechos o las situaciones aquí planteadas, sino que tan solo se referencian(C. Bernal Torres, 2010).

3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO

Para un proyecto de investigación siempre existen limitantes que impiden el desarrollo esperado del mismo, es importante identificarlas para poder brindar al lector una idea de las complicaciones que se tuvieron. Dentro de las complicaciones de la investigación en curso se tuvo el poco acceso a la información debido a la burocracia que existe para poder facilitar información.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

El propósito de los análisis y resultados es resumir las observaciones llevadas a cabo de tal forma que proporcionen respuestas a las interrogantes de la investigación. La interpretación, más que una operación distinta, es un aspecto del análisis, su objetivo es buscar un significado más amplio a las respuestas con otros conocimientos disponibles que permitan la definición y clarificación de los conceptos (Selltiz, Wrightsman, Cook, Bolch, & Antolín Alonso, 1980). Es por ello que en los capítulos anteriores se planteó el problema de la investigación, se realizó el marco teórico respectivo y la matriz metodológica para proporcionar la guía en este capítulo, que tiene como objetivo presentar los resultados con su respectivo análisis de estudio.

Cabe señalar que si hemos llevado a cabo la investigación reflexionando paso a paso, esta etapa es relativamente sencilla, porque: 1) formulamos la pregunta de investigación que pretendemos contestar, 2) visualizamos un alcance (explorativo, descriptivo, correlacional y/o descriptivo), 3) establecimos nuestra hipótesis (o estamos conscientes de que nos las tenemos), 4) definimos variables, 5) elaboramos un instrumento (conocemos que ítems miden qué variables y qué nivel de medición tiene cada variable) y 6) recolectamos los datos. Sabemos que deseamos hacer, es decir, tenemos la claridad. (Roberto Hernández Sampieri et al., 2014, p.414)

4.1 CARACTERIZACION DE LOS USUARIOS

La Municipalidad de San Pedro Sula a través de las oficinas de la Modernización Delegada y en función de ofrecer un servicio de calidad a sus contribuyentes, identifiqué como área de oportunidad el hecho de que hay dependencias, en las que los servicios que brindan son más afluentes, a diferencia de otros, cuya participación es escasa. Es por esta razón que mediante la aplicación del instrumento se buscó determinar la cantidad de usuarios por dependencia.

Tabla 4: Contribuyentes por dependencia.

Dependencias	N° Contribuyentes
Catastro Municipal	2457
Edificaciones y Permisos de Construcción	1852
Contribución por Mejoras	766
Control Publicidad y Mobiliario Urbano	1925
Total	7000

Fuente: (Propia, 2017)

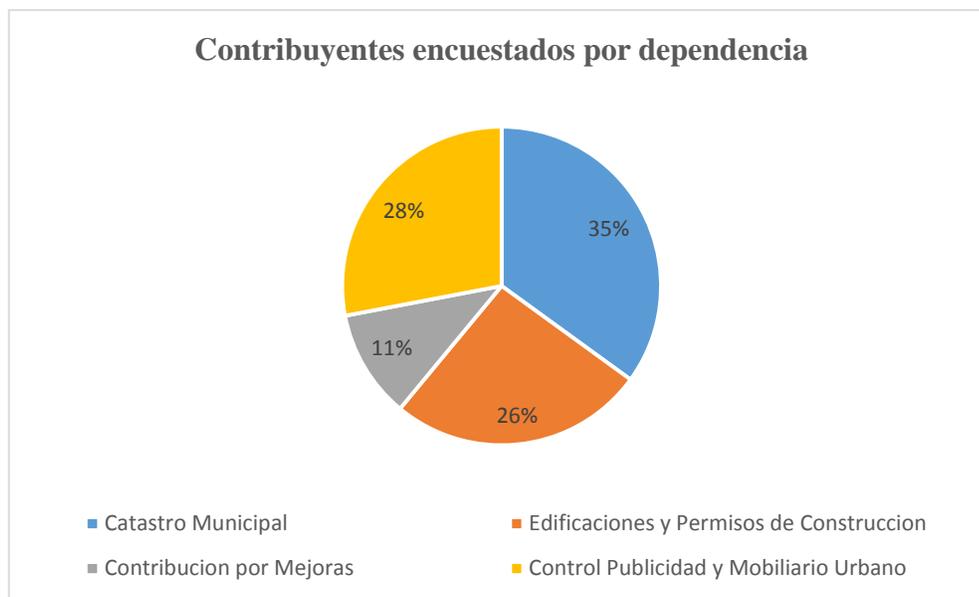


Figura 3: Contribuyentes encuestados por dependencia.

Fuente: (Propia, 2017)

Una vez tabulados los datos por dependencia, estos indican que el proceso que más utilizan es Catastro seguido de Edificaciones y Permisos de Construcción y Control Publicidad y Mobiliario Urbano. En un menos grado esta Contribución por mejoras, cabe decir en este punto

que los procesos más afluentes son los que a raíz de la implementación de la modernización delegada han presentado una mayor eficacia en el servicio ofrecido.

4.3 ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES

Con el propósito de determinar las exigencias de los contribuyentes, es necesario establecer una lista, muy completa, de todas las dimensiones importantes, que describen el servicio o producto. Es importante llegar a comprender las dimensiones a fin de conocer como definen los clientes la calidad de su servicio. Sólo por medio de la comprensión de las dimensiones, será posible desarrollar las medidas para el mejoramiento de las mismas.

4.3.1 ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN ENTORNO FÍSICO

El ambiente que rodea a una persona influye en su desarrollo, por lo que, para la Municipalidad de San Pedro Sula es importante conocer el grado de aceptación que ha tenido las instalaciones donde se encuentra la Modernización Delegada, midiendo indicadores como: condiciones ambientales, limpieza, estética, accesibilidad, equipamiento, distribución física y conservación.

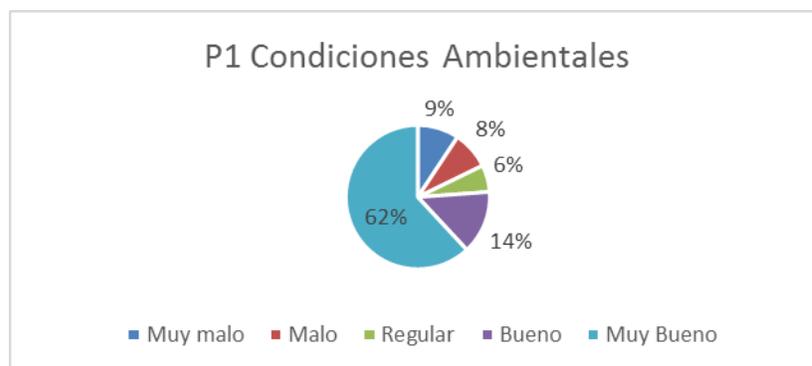


Figura 4: Escala de satisfacción indicador de condiciones ambientales.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 4 refleja una congruencia favorable del 76% en las condiciones ambientales de donde se ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 17% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

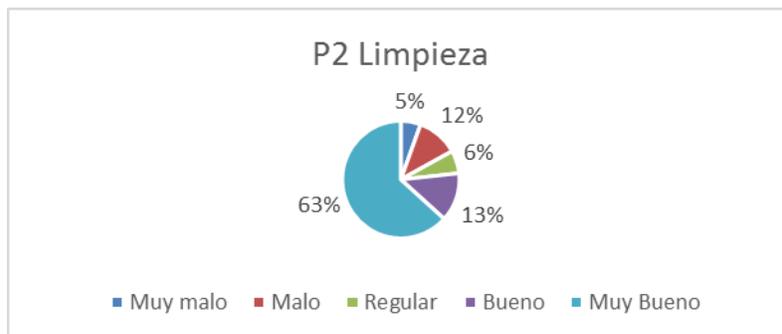


Figura 5: Escala de satisfacción indicador de limpieza.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 5 refleja una congruencia favorable del 76% en cuanto a la limpieza donde se ofrece el servicio de Modernización Delegada nos demuestra que hay una buena percepción del usuario. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 17% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

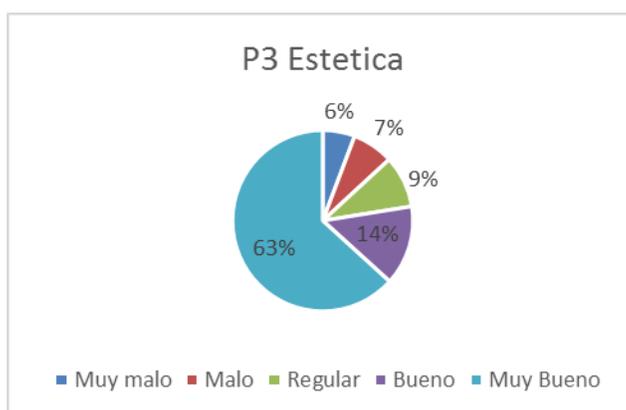


Figura 6: Escala de satisfacción indicador de estética.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 6 refleja una congruencia favorable del 77% en la estética de donde se ofrece el servicio de Modernización Delegada esto crea un ambiente favorable y cómodo tanto para los usuarios como para el personal. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 13% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

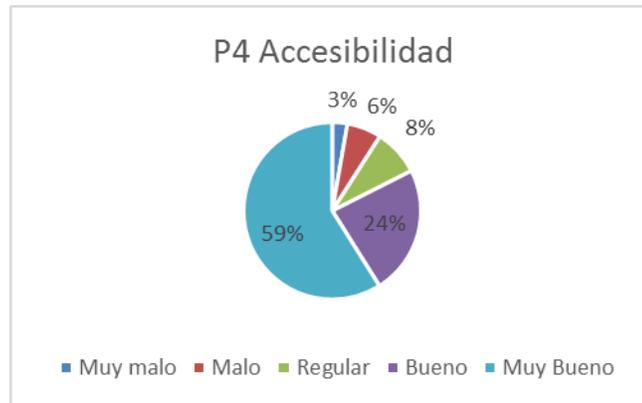


Figura 7: Escala de satisfacción indicador de accesibilidad.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 7 refleja una congruencia favorable del 83% en la accesibilidad de donde se ofrece el servicio de Modernización Delegada esto nos indica que la aceptación en cuanto al acceso a las instalaciones es excelente ya que se ubica en un lugar con mucha seguridad y esto genera confianza en el usuario. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 9% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

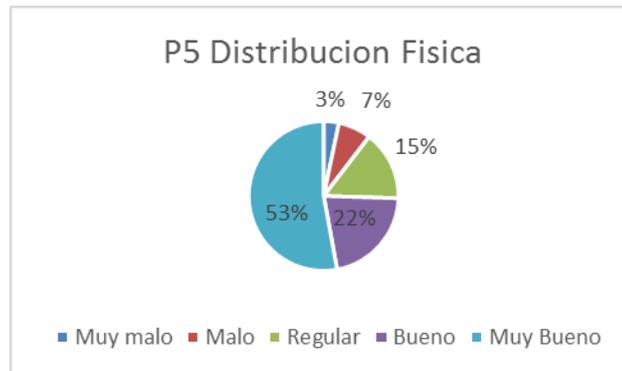


Figura 8: Escala de satisfacción indicador de distribución física.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 8 refleja una congruencia favorable del 75% en la Distribución Física de donde se ofrece el servicio de Modernización Delegada esto nos indica que hay una buena distribución y esto conlleva a una mejor operatividad y se garantiza una mejor atención. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 10% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

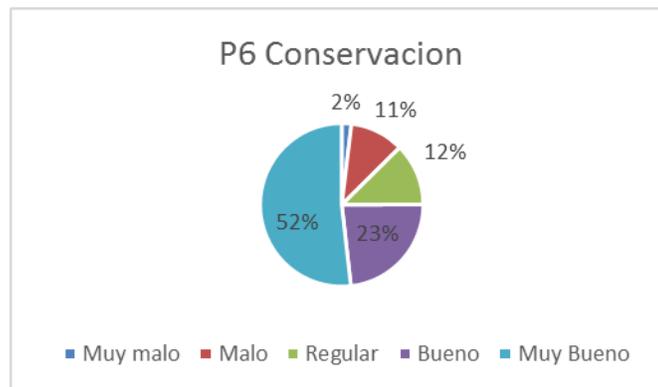


Figura 9: Escala de satisfacción indicador de conservación.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 9 refleja una congruencia favorable del 75% en la Distribución Física de donde se ofrece el servicio de Modernización Delegada esto nos indica que hay una buena distribución y

esto conlleva a una mejor operatividad y se garantiza una mejor atención. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 10% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

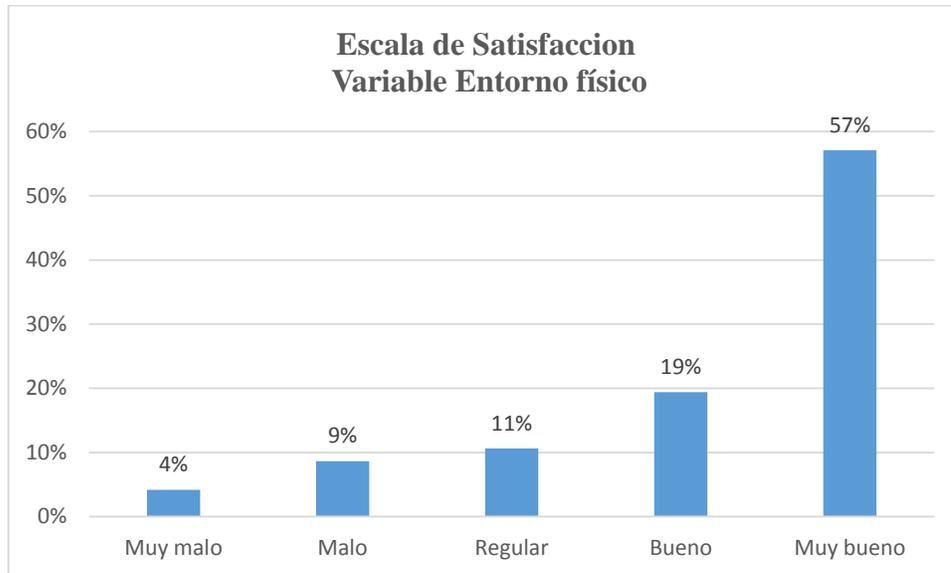


Figura 10: Escala de satisfacción, variable entorno físico

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 10 evidencia que la escala de satisfacción de la variable entorno físico está muy bien evaluada con una congruencia positiva de 76 % debido a que el entorno donde se encuentran las oficinas de la Modernización se encuentra evaluada por los usuarios de manera muy favorable.

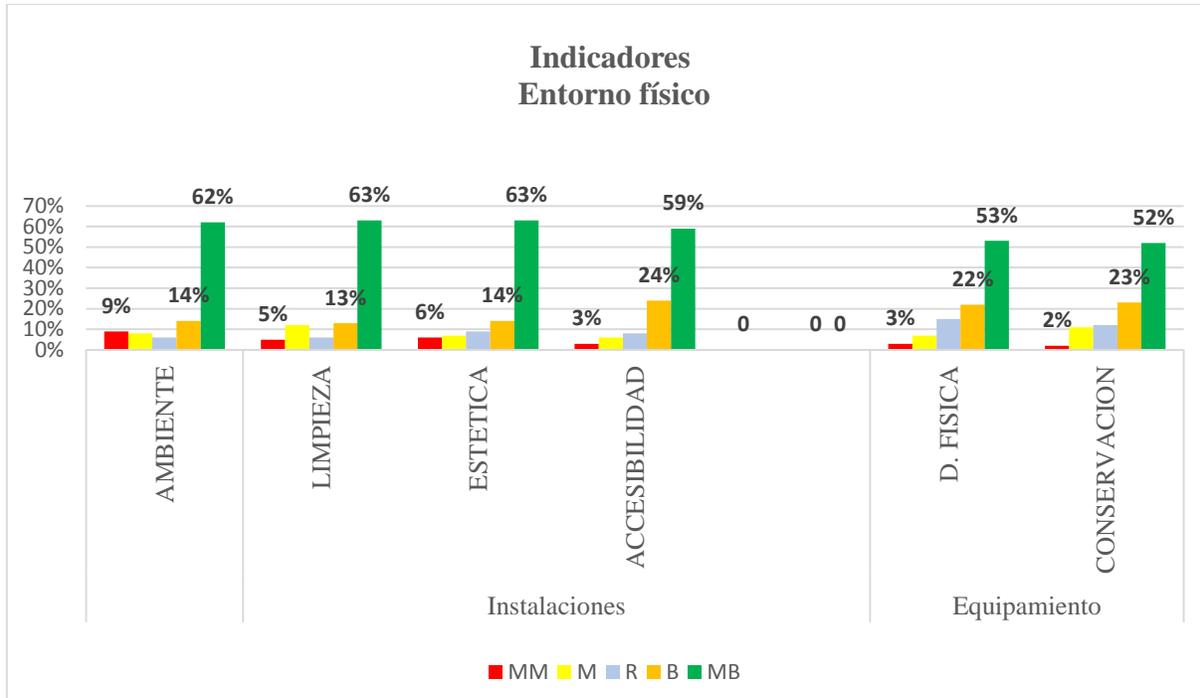


Figura 11: Indicadores de la variable entorno físico

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 11 revela que el indicador de estética del entorno es la mejor evaluada. También le sigue con igual evaluación el indicador limpieza. El indicador temperatura tiene un puntaje alto. En general se muestra una tendencia en la que una gran mayoría de usuarios está satisfecha con el entorno físico de las oficinas de la modernización delegada de la Alcaldía Municipal de San Pedro Sula. Mientras que el indicador conservación es la que menos contribuye por lo tanto muestra una oportunidad de mejora.

4.3.2 ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN ORGANIZACIÓN

El segundo análisis realizado corresponde a la Dimensión de Organización.

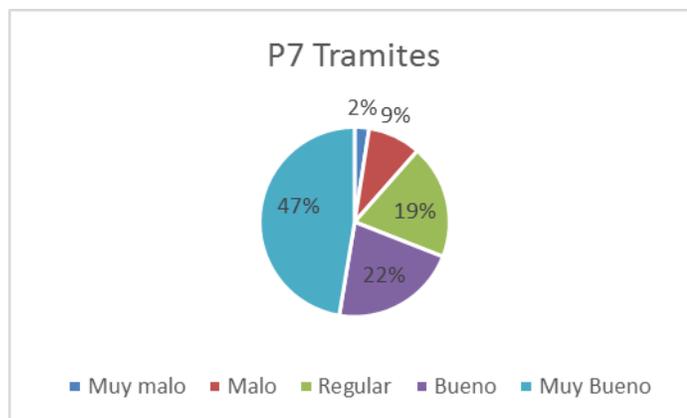


Figura 12: Indicadores de la variable tramites

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 12 refleja una congruencia favorable del 69% en los Trámites que ofrece el servicio de Modernización Delegada esto nos indica que hay una buena aceptación ya que los trámites son más expeditos y así se garantiza una mejor atención. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 11% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

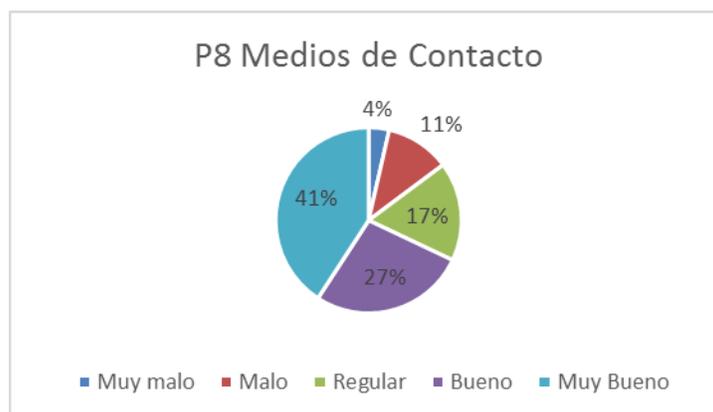


Figura 13: Indicadores de la variable medios de contacto.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 13 refleja una congruencia favorable del 68% en los Medios de contacto que ofrece el servicio de Modernización Delegada esto nos indica que hay una buena percepción del usuario ya que la atención es más personalizada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 15% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

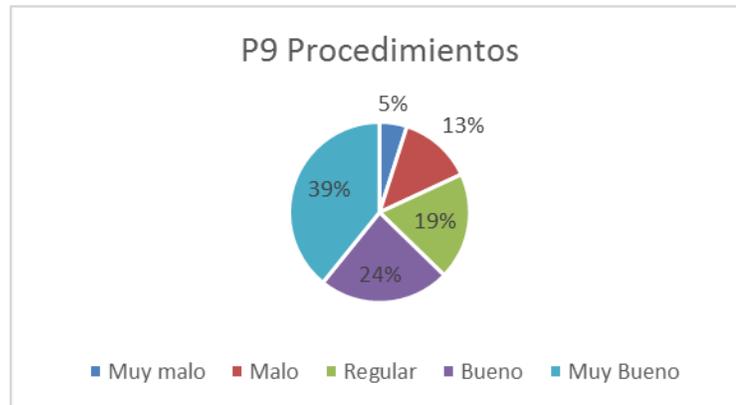


Figura 14: Indicadores de la variable procedimientos.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 14 refleja una congruencia favorable del 63% en los Procedimientos que ofrece el servicio de Modernización Delegada esto nos indica que hay una buena percepción del usuario ya que procedimientos son más claros y rápidos. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 18% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

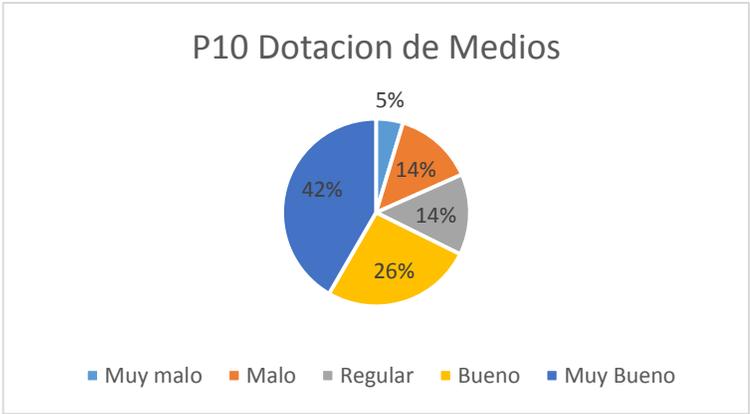


Figura 15: Indicadores de la variable dotación de medios.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 15 refleja una congruencia favorable del 68% en la Dotación de medios que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 19% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

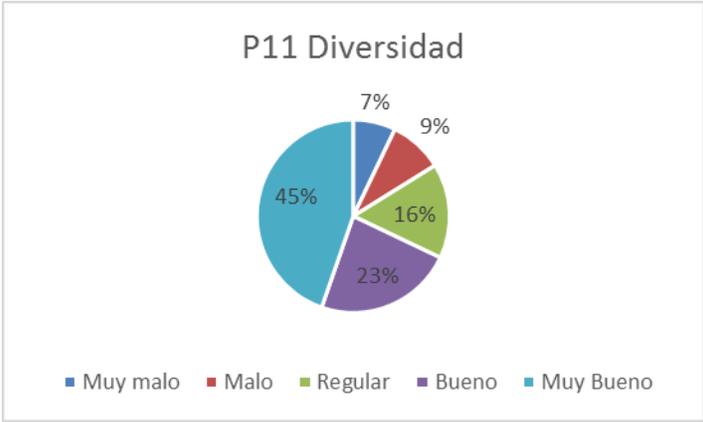


Figura 16: Indicadores de la variable diversidad.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 16 refleja una congruencia favorable del 68% en la Diversidad que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 16% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

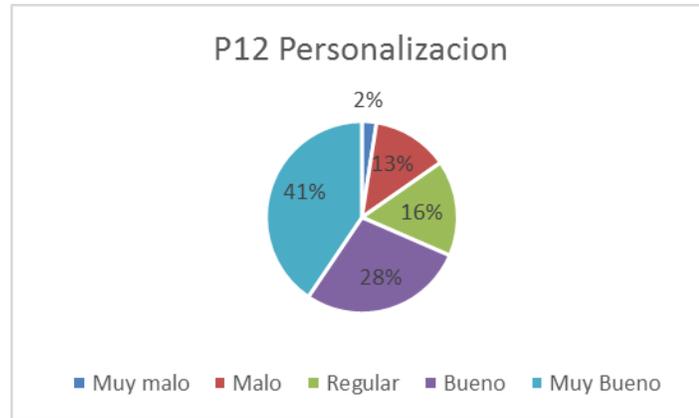


Figura 17: Indicadores de la variable personalización.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 17 refleja una congruencia favorable del 69% en la Personalización que ofrece el servicio de Modernización Delegada podemos determinar que ha tenido una muy buena aceptación el servicio personalizado que ofrecen al usuario. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 15% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

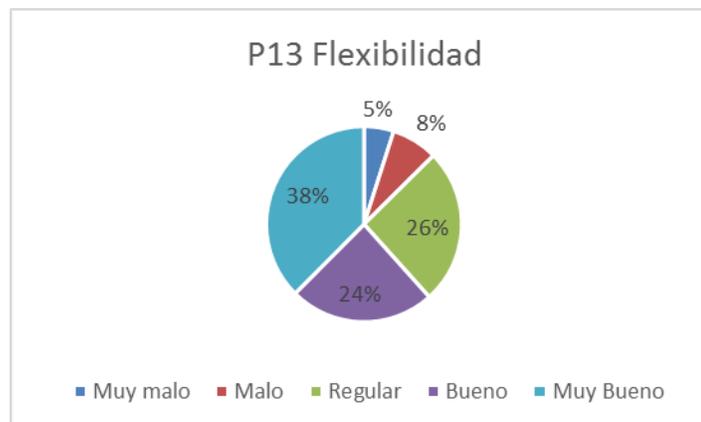


Figura 18: Indicadores de la variable flexibilidad.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 18 refleja una congruencia favorable del 62% en la Flexibilidad que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 13% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

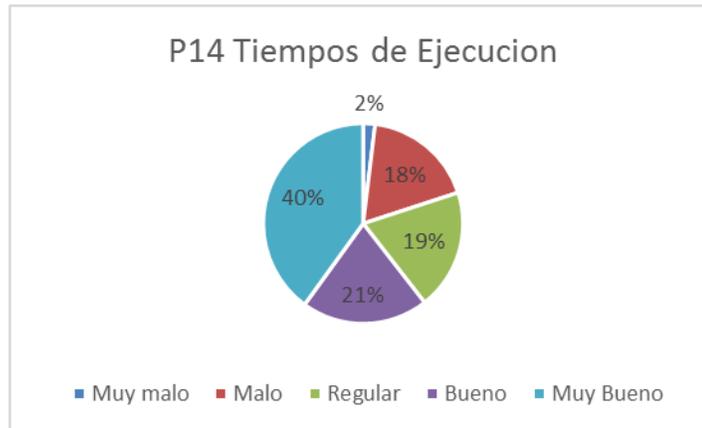


Figura 19: Indicadores de la variable tiempos de ejecución.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 19 refleja una congruencia favorable del 61% en los Tiempos de ejecución que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 20% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

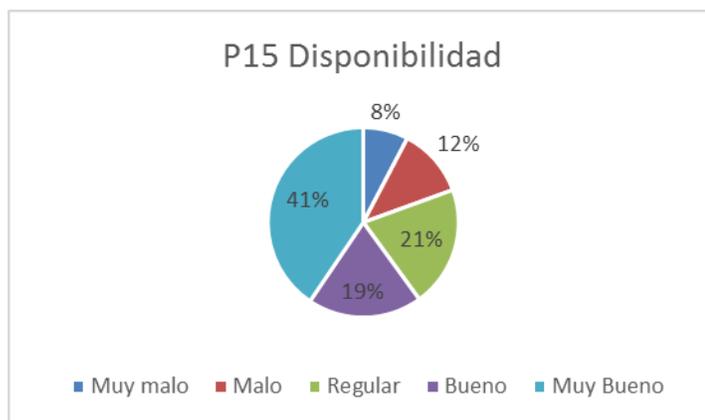


Figura 20: Indicadores de la variable disponibilidad.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 20 refleja una congruencia favorable del 60% en la disponibilidad que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 20% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

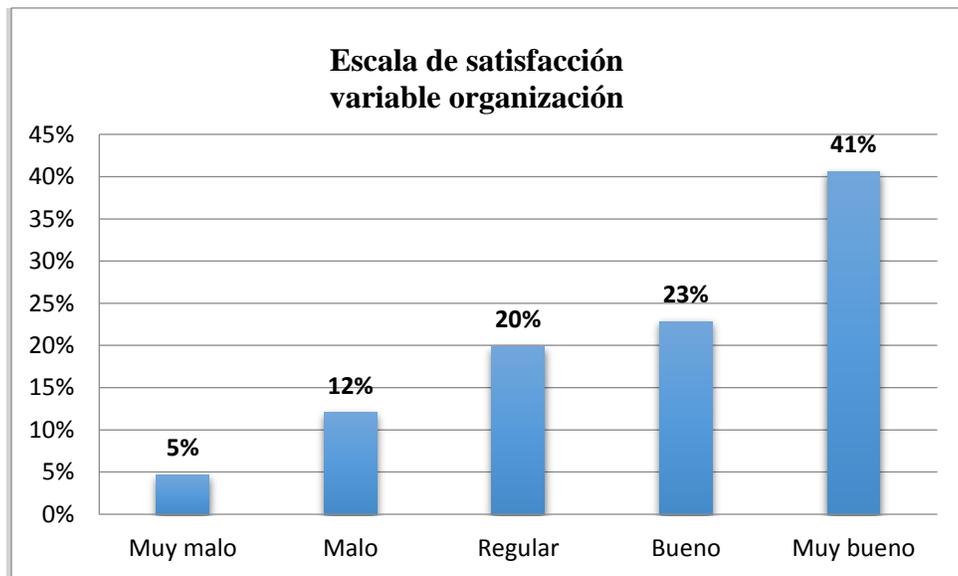


Figura 21: Escala de satisfacción, variable organización

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 21 evidencia que la escala de satisfacción variable organización está muy bien evaluada con una congruencia positiva de 64 % debido a que la organización para la prestación del servicio de la modernización delegada de la municipalidad de San Pedro Sula es percibido por los usuarios de manera favorable.

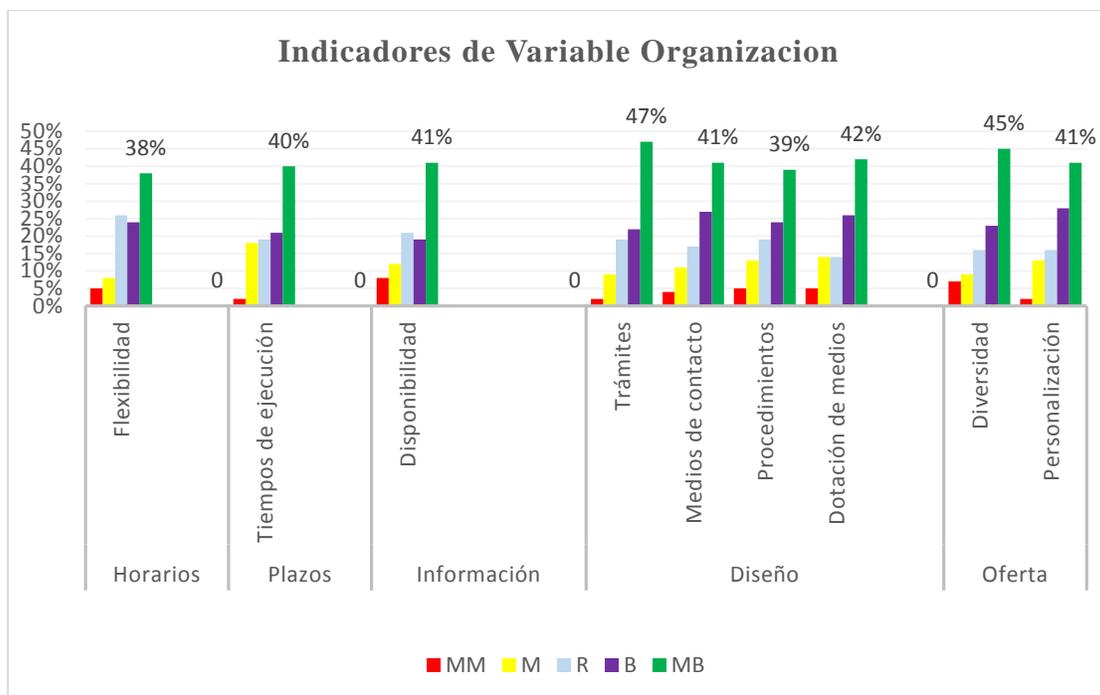


Figura 22: Indicadores de la variable organización

Fuente: (Propia, 2017)

De la figura 22 podemos establecer que el indicador Diseño, que califica la dimensión de Tramites es la mejor evaluada con un 47%, sin embargo, el indicador, flexibilidad se encuentra se encuentra con una oportunidad de mejora con un 38%, indicador que hace referencia a los horarios de atención a los usuarios, así mismo se presenta una oportunidad de mejora de los demás indicadores para lograr una mayor satisfacción de los usuarios.

4.3.3 ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN INTERACCIÓN

Cuando hacemos referencia a la dimensión interacción, no hablamos de otra cosa que no sea, procurar que los contribuyentes de la Municipalidad de San Pedro Sula se sientan satisfechos al momento de realizar sus gestiones.

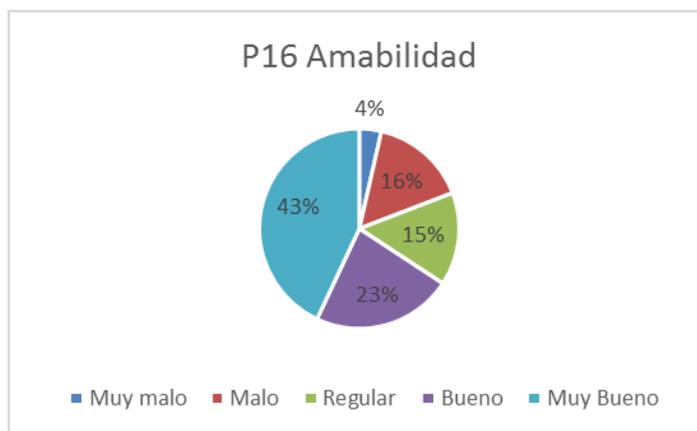


Figura 23: Indicadores de la variable amabilidad.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 23 refleja una congruencia favorable del 66% en la Amabilidad que ofrece el personal del servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 20% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

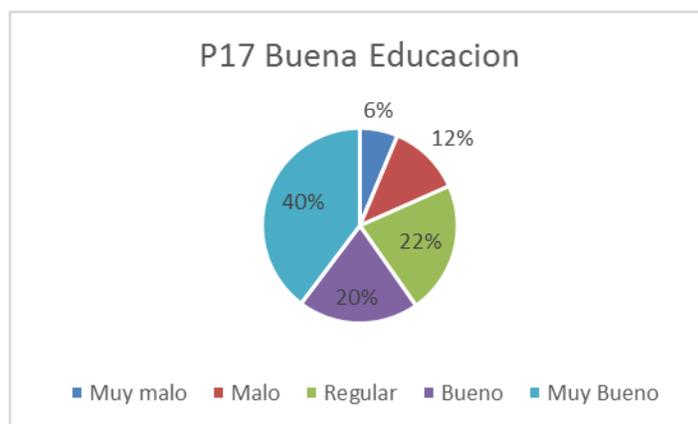


Figura 24: Indicadores de la variable buena educación.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 24 refleja una congruencia favorable del 60% en la Buena educación que ofrece el personal del servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 18% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

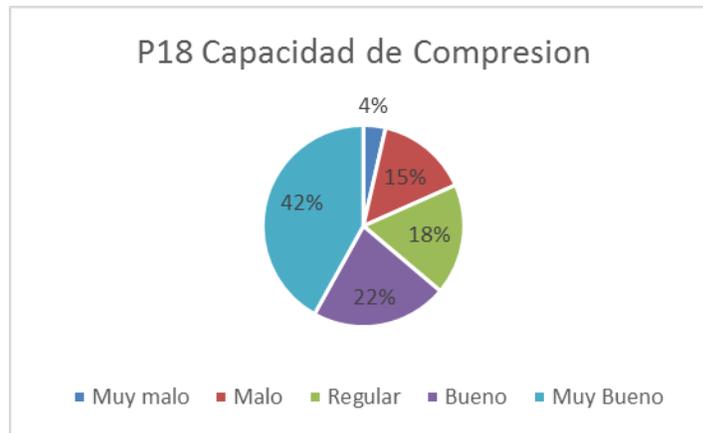


Figura 25: Indicadores de la variable capacidad de compresión.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 25 refleja una congruencia favorable del 64% en la capacidad de compresión del personal que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 18% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

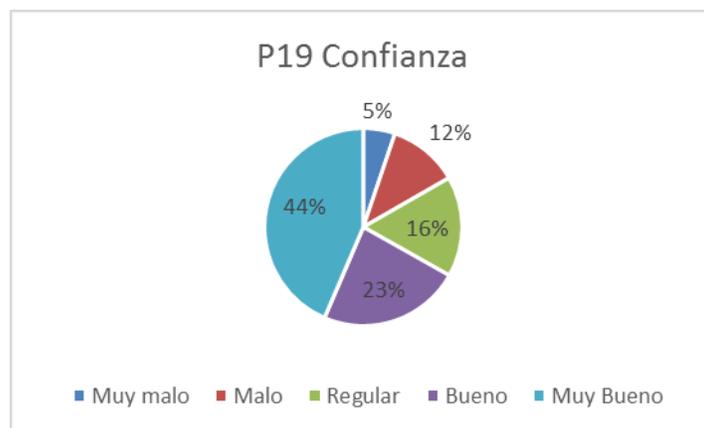


Figura 26: Indicadores de la variable confianza.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 26 refleja una congruencia favorable del 67% en la confianza que transmite el personal que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 18% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

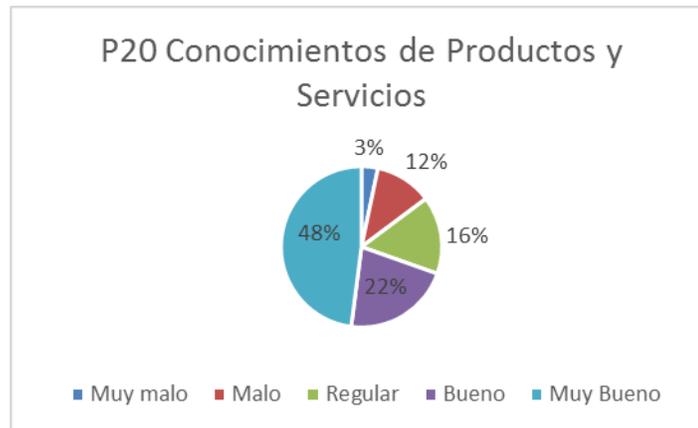


Figura 27: Indicadores de la variable conocimientos de productos y servicios.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 27 refleja una congruencia favorable del 70% en el Conocimiento de productos y servicios que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 15% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

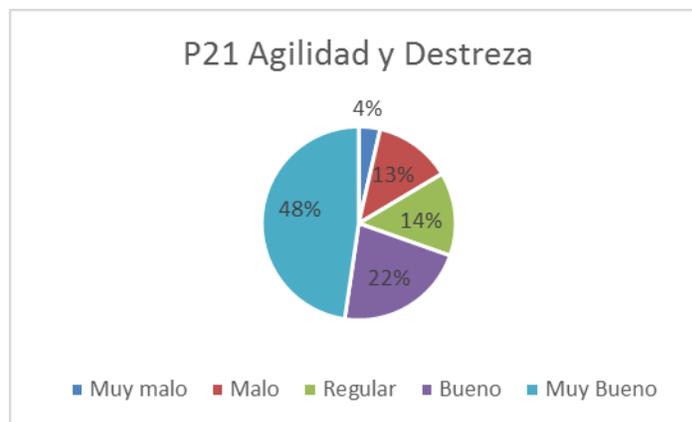


Figura 28: Indicadores de la variable agilidad y destreza.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 28 refleja una congruencia favorable del 70% en la Agilidad y destreza del personal que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 17% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

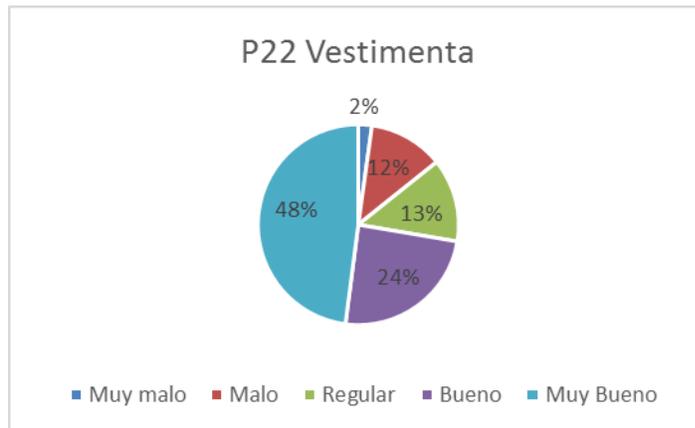


Figura 29: Indicadores de la variable vestimenta.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 29 refleja una congruencia favorable del 72% en la Vestimenta del personal que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 14% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

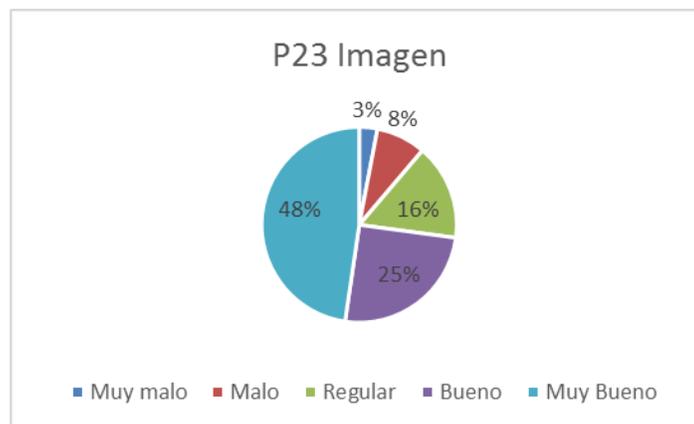


Figura 30: Indicadores de la variable Imagen.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 30 refleja una congruencia favorable del 73% en la Imagen del personal que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 11% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

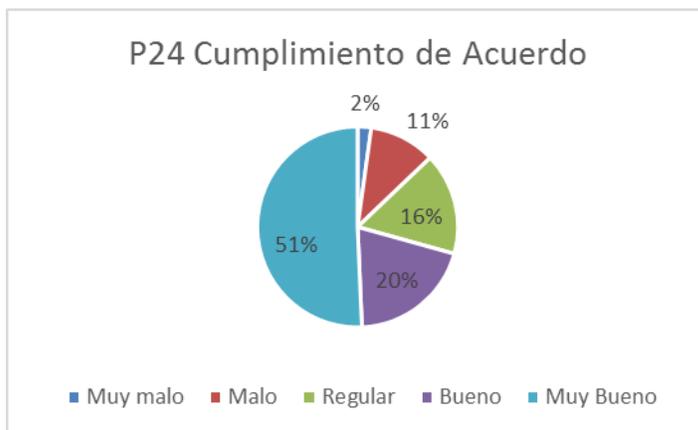


Figura 31: Indicadores de la variable cumplimiento de acuerdo.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 31 refleja una congruencia favorable del 71% en el Cumplimiento de acuerdo que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 11% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

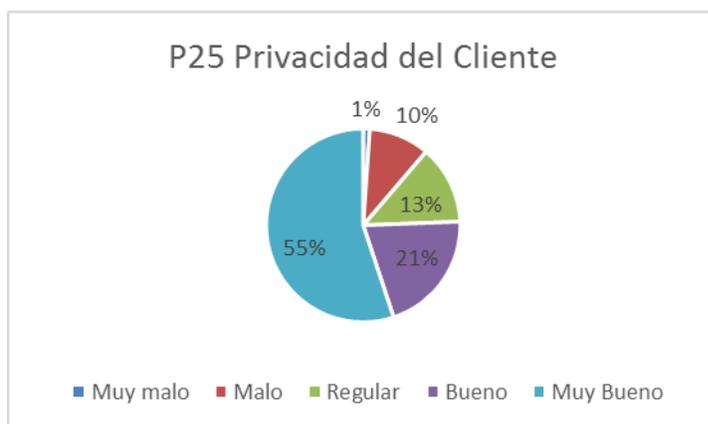


Figura 32: Indicadores de la variable privacidad del cliente.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 32 refleja una congruencia favorable del 71% en la Privacidad del cliente que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 11% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

Un factor importante a considerar es que cada uno de los contribuyentes poseen diferentes características, y es por esta razón que se evaluaron de forma integral los siguientes indicadores: Comportamiento de las personas, profesionalidad de las personas, apariencia física, fiabilidad y confidencialidad.

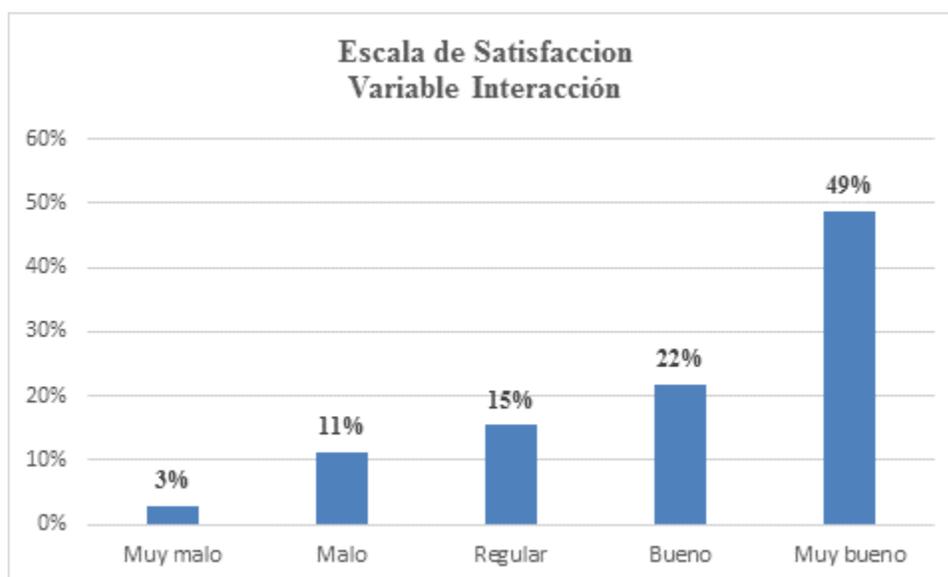


Figura 33: Escala de satisfacción, variable interacción.

Fuente: (Propia, 2017)

En la figura 33, como resultado de la encuesta, podemos observar la valoración acerca de la percepción que tienen los contribuyentes de la Modernización Delegada al momento en el que interactúan con los empleados, donde podemos destacar que el 71% aprueba esta dimensión, con una oportunidad de mejora de un 29% para brindar un mejor servicio.

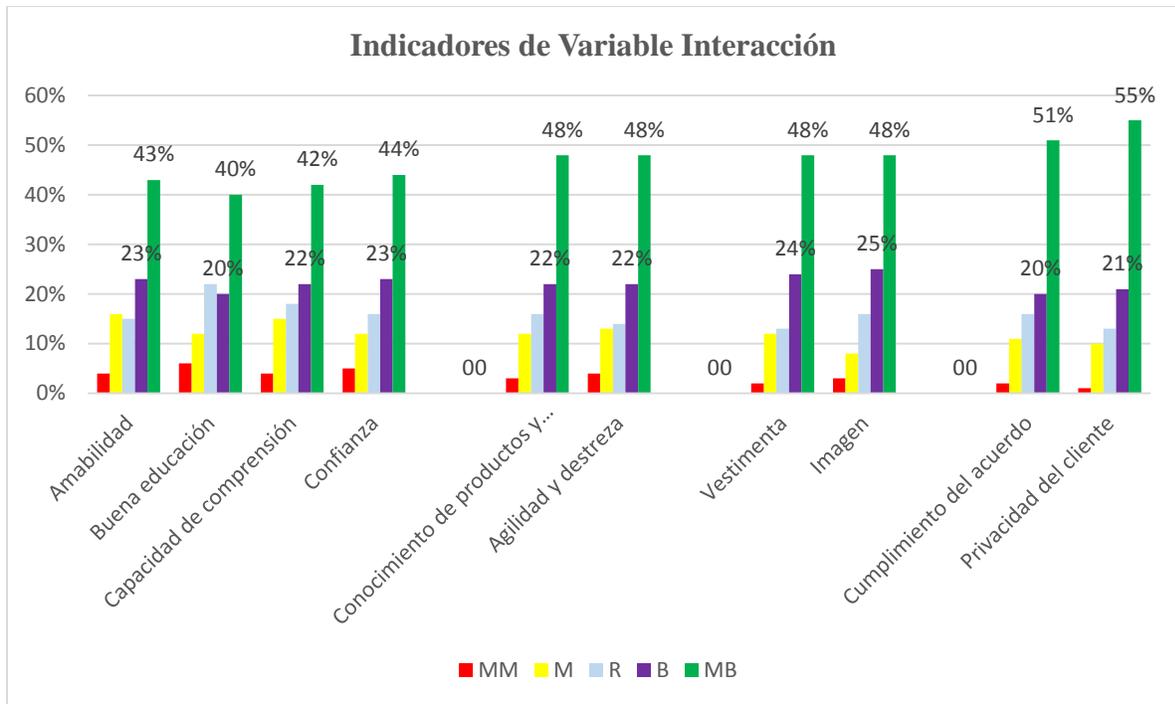


Figura 34: Indicadores de la variable interacción

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 34 presenta la calificación brindada por los contribuyentes, a los indicadores de la variable interacción, donde podemos determinar que el indicador Privacidad del cliente es el mejor calificado con un 55%, la mayor oportunidad de mejora la encontramos en el indicador Buena Educación, donde un 40% se encuentra fuera de la calificación de muy bueno. Cabe destacar que en cuanto al comportamiento que los colaboradores tienen con los contribuyentes, especialmente en las dimensiones Privacidad del cliente y Cumplimiento del acuerdo, tuvieron muy buena puntuación.

4.3.4 ANALISIS DE LA CUARTA DIMENSIÓN

En el deseo de abarcar todos los enfoques a los que los contribuyentes de la Municipalidad de San Pedro Sula se ven expuestos al momento de que se les brindan los servicios, llegamos a la última dimensión, la cual hace referencia a como estos perciben los siguientes indicadores: precio, acceso a otros servicios y la imagen de la marca.

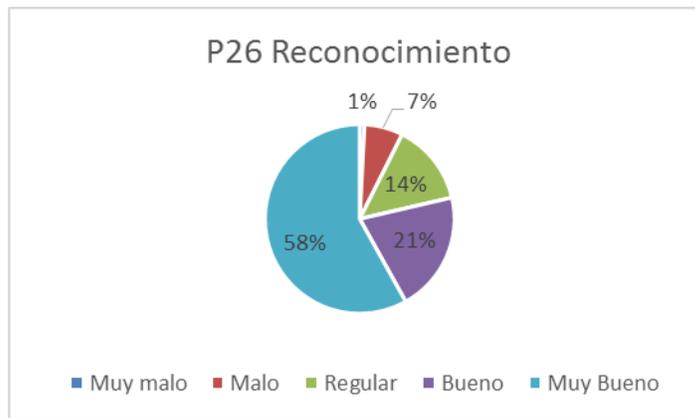


Figura 35: Indicadores de la variable reconocimiento.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 35 refleja una congruencia favorable del 79% en el Reconocimiento del cliente que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 8% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

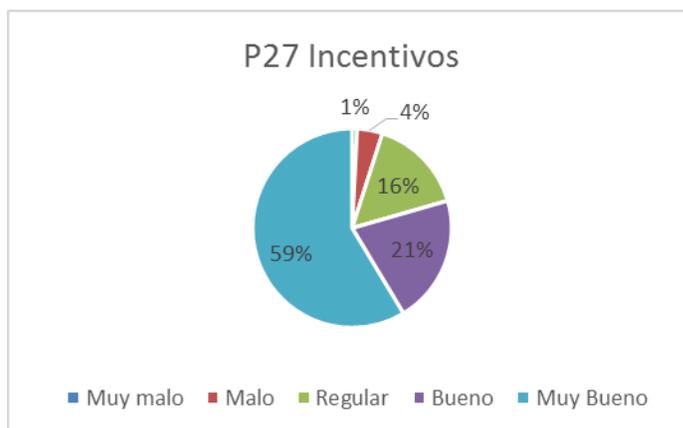


Figura 36: Indicadores de la variable incentivos.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 36 refleja una congruencia favorable del 80% en Incentivos del cliente que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 5% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

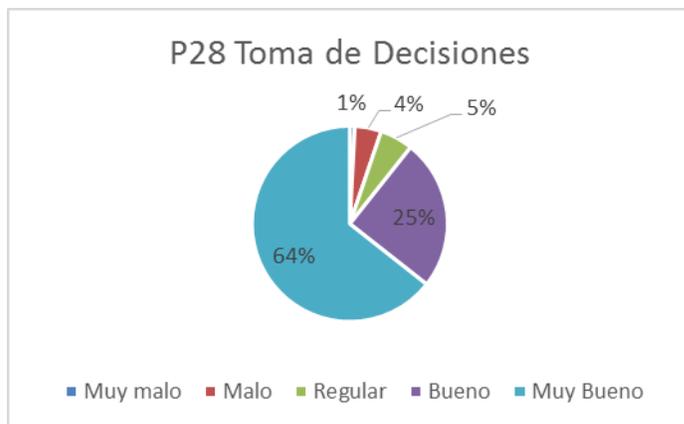


Figura 37: Indicadores de la variable toma de decisiones.

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 37 refleja una congruencia favorable del 89% en Toma de decisiones que ofrece el servicio de Modernización Delegada. Pero podemos notar que hay una oportunidad de mejora del 5% para lograr la total satisfacción del contribuyente.

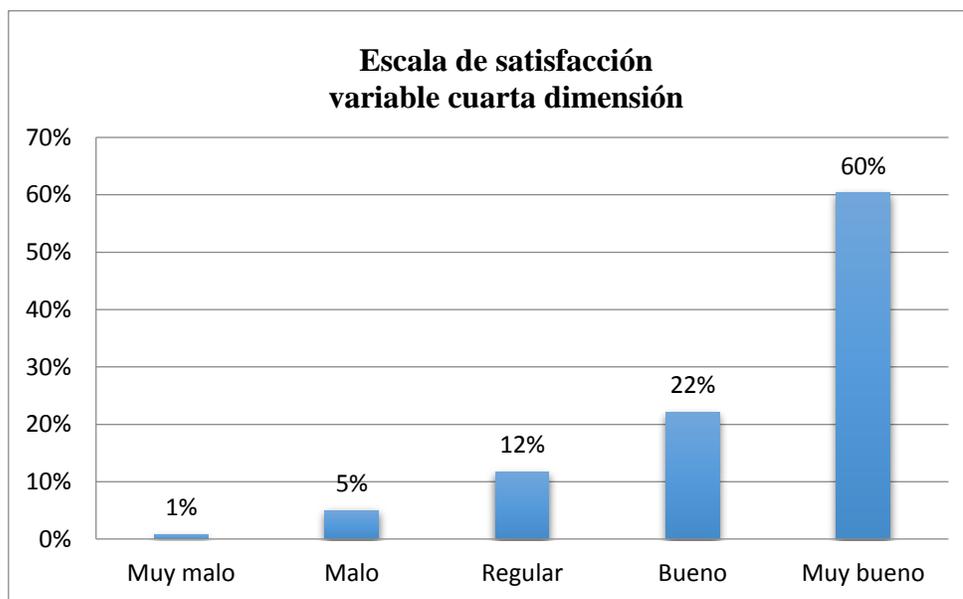


Figura 38: Escala de satisfacción, variable cuarta dimensión

Fuente: (Propia, 2017)

La figura 38 evidencia que la dimensión imagen de la marca está muy bien evaluada con una congruencia positiva de 82 % debido a que la imagen de la marca, accesos a otros servicio y estrategias de la municipalidad de San Pedro Sula son aceptables para los contribuyentes, con una oportunidad de mejora de un 18%.

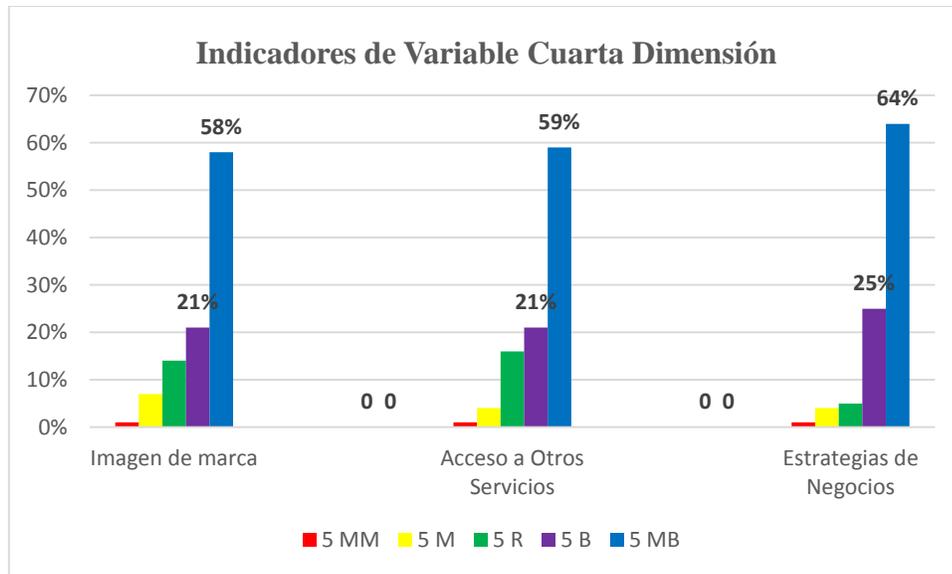


Figura 39: Indicadores de la variable cuarta dimensión

Fuente: (Propia, 2017)

Esta es la dimensión que mejor puntuación tiene en nuestros resultados, la Modernización Delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula, busca brindar un mejor servicio a sus contribuyentes, en todas las áreas y necesidades que el contribuyente requiera. Servicios que por consecuencia muestra un resultado positivo en la satisfacción de los contribuyentes, con una oportunidad de mejora en todos los servicios ofrecidos y como un logro en un crecimiento de su recaudación por concepto de tributos.

4.2 SATISFACCIÓN

Las percepciones que el cliente tiene sobre la calidad de un servicio y su satisfacción general, poseen algunos indicadores visibles. Los clientes pueden sonreír cuando hablan del producto o servicio, y también pueden decir cosas buenas sobre los mismos. Ambas acciones son manifestaciones o indicadores de un factor subyacente, que podemos denominar “satisfacción del cliente”. Los términos de “satisfacción del cliente” y “percepción de calidad” son etiquetas que utilizamos para resumir un conjunto de acciones visibles, relacionadas con el producto y/o servicio. (E. Hayes, 1999, p.47)

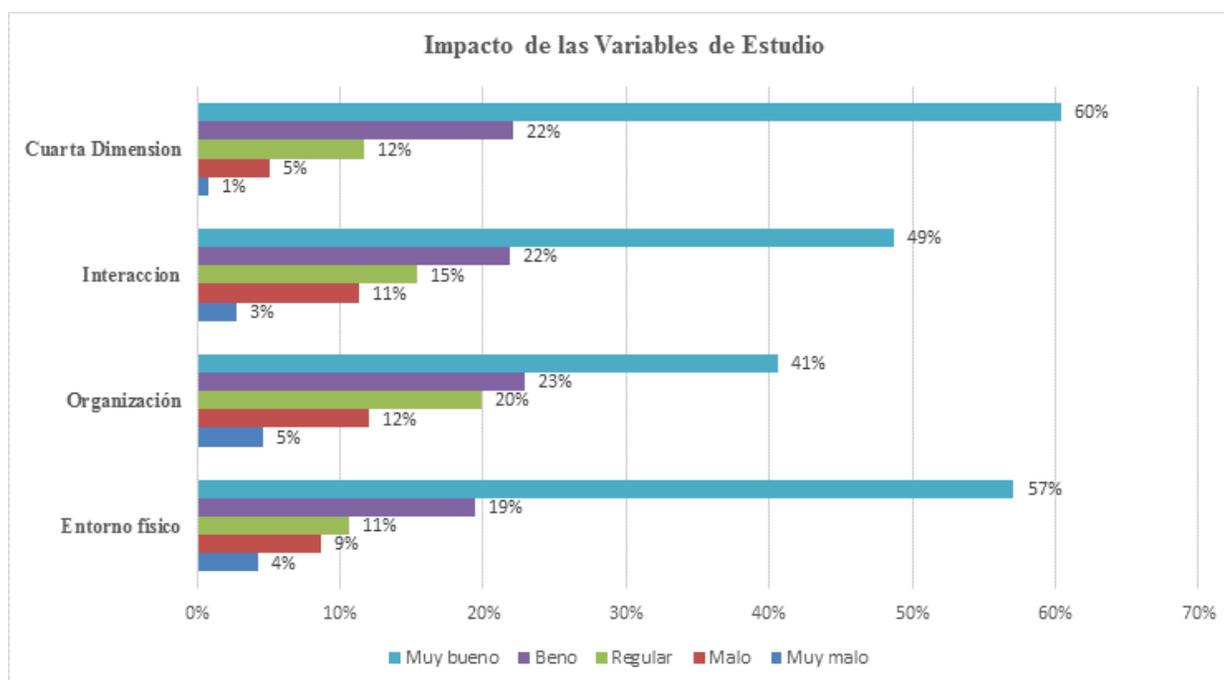
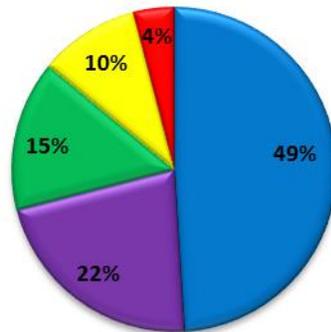


Figura 40: Impacto de las Variables de Estudio (Nivel de Satisfacción).

Fuente: (Propia, 2017)

Analizados todos los resultados obtenidos podemos observar que la variable de la Cuarta Dimensión es la que mejor calificación obtuvo. Seguidamente nos encontramos con Entorno Físico, luego encontramos la variable Interacción, sin embargo, podemos notar que en cuanto a Organización existe oportunidad de mejora, las cuales observaremos detalladamente más adelante.

Nivel de Satisfacción del Usuario



■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular ■ Malo ■ Muy Malo

Figura 41: Nivel de Global de Satisfacción del Usuario

Fuente: (Propia, 2017)

En este grafica podemos concluir que el nivel global de satisfacción del Contribuyente para la modernización delegada corresponde a un 71% el cual se obtuvo a través del instrumento aplicado (encuesta), con una oportunidad de mejora del 29% para los demás indicadores evaluados.

4.5 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Para comprobar la hipótesis se utilizó la prueba estadística para más de 2 grupos de Kruskal-Wallis que se describen en la siguiente tabla para una mejor referencia.

Tabla 5: Estadístico de prueba Kruskal-Wallis

Estadísticos de contraste^{a,b}	
	Total
Chi-cuadrado	6.609
Gl	11
Sig. asintót.	.830

Fuente: (Propia, 2017)

De acuerdo a la tabla previa, se obtiene un nivel de significancia de 0.830 y por ser mayor a 0.5 se logra concluir que existe homogeneidad en el estudio de varios rubros, por lo cual se acepta la Hipótesis Nula H0: No existen diferencias en las opiniones de los contribuyentes relación a la satisfacción de los servicios de Modernización Delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo daremos a conocer los hallazgos encontrados luego de realizar el presente proyecto de investigación, que le permitirá identificar a la Municipalidad de San Pedro Sula las oportunidades de mejora que tienen en las oficinas que comprenden la Modernización Delegada.

(J. P. del Molino Cortés et al., 2009) afirma que:

La fidelización del cliente, es la piedra angular de cualquier estudio de satisfacción del cliente, ya que de poco nos servirá disponer de elevados ratios de satisfacción de nuestros clientes si entre sus expectativas no se contempla la de volver a utilizar nuestro negocio.

5.1 CONCLUSIONES

Una vez que analizamos los resultados obtenidos a través de las encuestas, podemos concluir que el entorno físico que la Municipalidad de San Pedro Sula eligió para la ubicación de la Modernización Delegada, es aceptado por los contribuyentes siendo la evaluación final de un 76 % de satisfacción, con una oportunidad de mejora de un 24%.

En términos generales la organización de la Modernización Delegada, tiene satisfechos a los contribuyentes a quienes se les brinda el servicio, pero con resultados que anuncian una oportunidad de mejora, sobre todo en el indicador de procedimientos y flexibilidad, siendo el 64% el nivel de satisfacción con una oportunidad de mejora de un 37% para alcanzar la totalidad de satisfacción de los contribuyentes.

Se concluye que el impacto que tiene la interacción contribuyente-colaborador de acuerdo al servicio recibido es bastante alta en todas sus dimensiones, y que la Municipalidad de San Pedro Sula a través de la Modernización Delegada ha sabido aprovechar la oportunidad de mejora con la implementación de este sistema, con un 71% de satisfacción y una oportunidad de mejora del 29%.

La influencia que tiene la cuarta dimensión en la satisfacción del servicio que brinda a sus contribuyentes, la Municipalidad de San Pedro Sula a través de la Modernización Delegada, es la dimensión mejor calificada esto debido a que a raíz de la implementación y eficacia de nuevos procesos, transparencia en la recaudación tributaria y la creación de una plataforma virtual que permite al contribuyente realizar sus gestiones por medio del uso de la tecnología son los que hoy permiten que la Municipalidad de San Pedro Sula tenga una Muy Buena aceptación ante sus contribuyentes, siendo esta la mejor calificada con un nivel de satisfacción del 82% y una oportunidad de mejora del 18% .

5.2 RECOMENDACIONES

Aunque los resultados obtenidos en este estudio son muy satisfactorios en cuanto al servicio que brinda la Alcaldía Municipal a través de la Modernización Delegada, las recomendaciones a tomar en cuenta para este estudio son las siguientes:

En cuanto al entorno físico se debe mejorar la conservación y distribución física del lugar en donde se ofrecen los servicios de la Modernización Delegada, tomando en cuenta que estos son los indicadores que presentan oportunidad de mejora con un porcentaje bajo de satisfacción.

En la dimensión de organización, es necesario mejorar los procedimientos, de manera que estos deban de ser un poco más expeditos, tomando en cuenta que este es el indicador que presenta oportunidad de mejora con un porcentaje bajo de satisfacción.

Para la interacción se recomienda capacitar periódicamente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y relaciones humanas, ya que pudimos observar un porcentaje bajo en cuanto a la capacidad de comprensión y buena educación, esto se puede lograr a través de alianzas gubernamentales con instituciones como el Infop que ofrece este tipo de capacitaciones y que ayuda a las empresas a tener mano de obra calificada, enfocándonos que estos son los indicadores que presentan oportunidad de mejora con un porcentaje bajo de satisfacción

Siendo que la cuarta dimensión es la mejor calificada dentro de todas las dimensiones estudiadas, se recomienda fortalecer los indicadores que conforman esta dimensión para lograr la satisfacción total por parte del contribuyente.

Se recomienda que para futuras investigaciones referentes al tema de satisfacción de la modernización delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula se considere adicionar la entrevista a las autoridades municipales, para lograr un contraste de información adicional a la obtenida por medio de encuestas.

BIBLIOGRAFÍA

- Armando Calidonio Alvarado. (2017). Entrevista Alcaldía Municipal de San Pedro Sula.
- Ary, D., Jacobs, L. C., & Razavieh, A. (1996). *Introducción a la investigación pedagógica*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Bernal Torres, C. A. (Ed.). (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Prentice-Hall/Pearson Educación.
- DHV Consultants. (2015). DHV Consultants Guatemala S.A. Recuperado 8 de junio de 2017, a partir de <http://www.dhv-ca.com/index.html>
- E. Hayes, B. (1999). *¿Cómo medir la satisfacción del cliente? Desarrollo y utilización de cuestionarios*. (segunda edición). Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de Marketing* (5th ed). Australia ; Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5.^a ed.).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014a). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing: versión para Latinoamérica*. Mexico: Pearson Educación.
- Molino Cortés, J. P. del, Moreno Guillermo, J. M., & Moreno Martínez, M. T. (2010). *Modelo Q+4D: cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida*. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. Recuperado a partir de <http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3196303>
- Molino Cortés, J. P. del, Moreno Guillermo, J. M., Moreno Martínez, M. T., Morillas Bravo, P. P., Palacios Gómez, J. L., Rodicio González, E., & Salgado Criado, J. (2009). *Modelo Q+4D: cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida*. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. Recuperado a partir de <http://public.ebib.com/choice/PublicFullRecord.aspx?p=3196303>
- Münch Galindo, L., & Patiño Gómez, F. (2010). *Administración: gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: Prentice Hall.

Rojas, C. (2017). Satisfacción del Contribuyente.

Selltiz, C., Wrightsman, L. S., Cook, S. W., Bolch, G. J., & Antolín Alonso, J. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid: Rialp.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J., Carranza Garza, A., & Ortiz Staines, M. (2007). *Fundamentos de marketing*. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/id/10751143>

ANEXOS

ANEXO 1 –ENCUESTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)
FACULTAD DE POSTGRADO

ENCUESTA

Somos alumnos de maestría en dirección empresarial y finanzas, estamos realizando una investigación que tiene como propósito conocer el nivel de satisfacción de los contribuyentes con el servicio ofrecido de la modernización delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula, 2017.

Con el fin de recabar toda la información posible que permita evaluar y analizar el nivel de satisfacción de usted como contribuyente en relación a los servicios brindados por la Modernización Delegada de la Municipalidad de San Pedro Sula.

Indicaciones: Marque con una **X** la opción elegida y recuerde que no debe marcar dos opciones en la misma pregunta.

Fecha: _____

Tipo de trámite a realizar: _____

Género: F ___ M ___

Edad: _____

Muy Malo (1)	Malo (2)	Regular (3)	Bueno (4)	Muy Bueno (5)
Las expectativas de los elementos evaluados se cumplen en 0%.	Las expectativas de los elementos evaluados se cumplen en 40%.	Las expectativas de los elementos evaluados se cumplen en 60%.	Las expectativas de los elementos evaluados se cumplen en 80%.	Las expectativas de los elementos evaluados se cumplen en 100%.

Preguntas	1	2	3	4	5
Entorno Físico					
1. Así considera que es la temperatura del local					
2. Así considera que es la limpieza en las instalaciones					
Preguntas	Muy Malo (1)	Malo (2)	Regular (3)	Bueno (4)	Muy Bueno (5)
3. Así considera que es la apariencia del local					
4. Así califica el acceso a las instalaciones					
5. Así considera adecuada la colocación de los equipos mobiliarios en el local					
6. Así califica el funcionamiento de los instrumentos y herramientas					
7. Así califica los trámites realizados para los pagos tributarios					
8. Así considera los medios para contactar a los asesores (as)					
9. Así califica los procedimientos para solicitar información requerida					
10. Así considera el número de personas para la prestación del servicio					
11. Así califica la oferta de los servicios ofrecidos					
12. Así califica la personalización (interés) en el servicio que es solicitado					
13. Así considera es el horario de atención					
14. Así califica el tiempo invertido durante recibe el servicio					
15. Así califica la información a la que accede una vez que recibe el servicio					
16. Así es la atención que recibe del personal					
17. Así es la ética del personal que le atiende					

18. Así califica las respuestas que recibe del personal de atención					
19. Así es la confianza que transmite el personal.					
20. Así es el conocimiento del personal que le atiende					
21. Así son las habilidades del personal en la realización del servicio					
22. Así califica la vestimenta del personal					
Preguntas	Muy Malo (1)	Malo (2)	Regular (3)	Bueno (4)	Muy Bueno (5)
23. Así califica la apariencia personal					
24. Así califica los compromisos pactados					
25. Así califica el acuerdo de privacidad					
26. Así califica la marca, imagen y valores de la empresa					
27. Así califica otros servicios a los que tiene acceso (plataforma digital, apoyo con los servicios en línea)					
28. Qué nivel de impacto ha tenido la modernización delegada en las decisiones estratégicas de la municipalidad					

ANEXO 2 UN ANTES Y DESPUES DE LA MODERNIZACION DELEGADA.



ANEXO 3 –MODERNIZACION EN LA PLATAFORMA TECNOLOGICA

