



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO (A) COMERCIAL**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**TEMA: LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL MODELO
SERVQUAL EN EL CENTRO DE ATENCIÓN CIUDADANA - CAC DE LA CIUDAD DE
MILAGRO, CASO DE ESTUDIO REGISTRO CIVIL Y SRI 2019.**

Autores:

Srta. Salazar Salazar Andrea Damiana

Sr. Villegas Robles Kevin Adrian

Tutor:

Mgtr. Robalino Muñoz Rosa Claudiana

Milagro, Octubre 2019

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

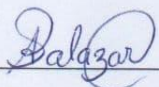
Presente.

Yo, SALAZAR SALAZAR ANDREA DAMIANA en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD (PROYECTO DE INVESTIGACIÓN) de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Salazar Salazar Andrea Damiana

Autor 1

C.I: 0929139400

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

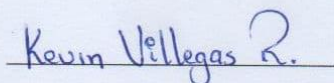
Presente.

Yo, VILLEGAS ROBLES KEVIN ADRIAN en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Villegas Robles Kevin Adrian
Autor 2
C.I: 0952529659

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, ROBALINO MUÑIZ ROSA CLAUDIANA en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por la estudiante SALAZAR SALAZAR ANDREA DAMIANA y VILLEGAS ROBLES KEVIN ADRIAN cuyo tema de trabajo de Titulación es LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PERSPECTIVA MODELO SERVQUAL EN EL CENTRO DE ATENCIÓN CIUDADANA DE LA CIUDAD DE MILAGRO, 2019. , que aporta a la Línea de Investigación MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD previo a la obtención del Grado INGENIERO (A) COMERCIAL ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Robalino Muñoz Rosa Claudiana

Tutor

C.I: 0919109413

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgr. ROBALINO MUÑIZ ROSA CLAUDIANA

Dr. ESPINOZA TOALOMBO ROSA AURORA

Mgr. TENORIO ALMACHE JOSE LUIS

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERO (A) COMERCIAL presentado por la estudiante SALAZAR ANDREA DAMIANA

Con el tema de trabajo de Titulación: LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL MODELO SERVQUAL EN EL CENTRO DE ATENCIÓN CIUDADANA-CAC DE LA CIUDAD DE MILAGRO, CASO DE ESTUDIO REGISTRO CIVIL Y SRI 2019.

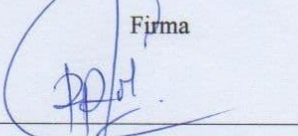
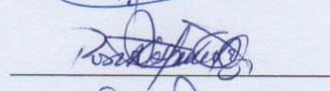

Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[60]
Defensa oral	[40]
Total	[100]

Emita el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 28 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	ROSA CLAUDIANA ROBALINO MUÑIZ	
Secretario (a)	ROSA AURORA ESPINOZA TOALOMBO	
Integrante	JOSE LUIS TENORIO ALMACHE	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgr. ROBALINO MUÑIZ ROSA CLAUDIANA

Dr. ESPINOZA TOALOMBO ROSA AURORA

Mgr. TENORIO ALMACHE JOSE LUIS

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERO COMERCIAL presentado por el estudiante VILLEGAS ROBLES KEVIN ADRIAN

Con el tema de trabajo de Titulación: LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL MODELO SERVQUAL EN EL CENTRO DE ATENCIÓN CIUDADANA – CAC DE LA CIUDAD DE MILAGRO, CASO DE ESTUDIO REGISTRO CIVIL Y SRI 2019.

Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura [60]




Defensa oral [40]

Total [100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 28 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	ROSA CLAUDIANA ROBALINO MUÑIZ	
Secretario (a)	ROSA AURORA ESPINOZA TOALOMBO	
Integrante	JOSE LUIS TENORIO ALMACHE	

DEDICATORIA

A Dios, nuestro dador de vida, sabiduría, protección,
y ser nuestra guía en cada momento a lo largo de nuestro camino.

A nuestros padres, por ser nuestro principal motor,
brindándonos su amor incondicional, cuidado y consejos.

A nuestros familiares más cercanos,
aquellos que han mostrado su apoyo de una u otra forma
y por el tiempo que invirtieron en nosotros.

AGRADECIMIENTO

Brindamos nuestro agradecimiento a todos nuestros maestros que participaron a lo largo de todo nuestro desarrollo como estudiantes, los mismos que dedicaron su paciencia e impartieron sus muchos conocimientos para lograr formar en nosotros profesionales de bien.

A nuestra tutora de tesis, que nos guio de la manera más correcta a la realización y terminación de cada aspecto del presente proyecto investigativo.

A cada una de las personas que fueron fuente de apoyo en la terminación de este proyecto de investigación y por ende a la culminación de nuestra carrera.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

DERECHOS DE AUTOR.....	II
DERECHOS DE AUTOR.....	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO 1	7
1. MARCO TEÓRICO.....	7
1.1 Antecedentes Históricos.....	7
1.2 Aplicación del Modelo SERVQUAL.....	11
1.3 La Calidad.....	16
1.4 Calidad del Servicio al Cliente.....	17
1.5 Proceso y Atención al Cliente.....	18
1.6 Imagen Corporativa.....	19
1.7 Capacitación al Personal.....	20
1.8 Estructura Organizacional y Delegación de Actividades.....	21
1.9 Empatía.....	21
1.10 Tiempo de Espera.....	22

1.11 CAC (Centro de Atención Ciudadana).	23
CAPÍTULO 2	25
1. METODOLOGIA	25
2.1 Tipo de Investigación.	25
2.1.1 Investigación con Enfoque Mixto.	25
2.2 Tipos de Métodos.	25
2.2.1 Métodos Teóricos.	25
2.2.2 Métodos Empíricos.	26
2.3 Población y Muestra.	27
2.4 Hipótesis.	28
3. RESULTADOS OBTENIDOS	30
3.1 Recolección de datos.	30
3.2 Organización de la información.	30
3.3 Interpretación de los resultados.	30
3.4 Correlación Bayesiana.	60
3.5 Prueba de Chi-Cuadrado.	61
3.6 Prueba de T cuadrado de Hotelling.	62
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
Bibliografía.....	65
ANEXOS	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Esquema del Modelo SERVQUAL.	12
Ilustración 2. Promedio de las edades del usuario encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.	31
Ilustración 3. Promedio del sexo de los usuarios encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.	32
Ilustración 4. Promedio del sector de los usuarios encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.	33
Ilustración 5. <i>Primera variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.</i>	34
Ilustración 6. <i>Segunda variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.</i>	35
Ilustración 7. <i>Tercera Variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad</i>	36
Ilustración 8. <i>Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.</i>	37
Ilustración 9. <i>Quinta variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.</i>	38
Ilustración 10. <i>Primera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.</i>	39
Ilustración 11. <i>Segunda variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.</i>	40
Ilustración 12. <i>Tercera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.</i>	41
Ilustración 13. <i>Tercera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.</i>	42
Ilustración 14. <i>Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.</i>	43
Ilustración 15. <i>Primera variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.</i>	44
Ilustración 16. <i>Segunda variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.</i>	45
Ilustración 17. <i>Tercera variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.</i>	46
Ilustración 18. <i>Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.</i>	47
Ilustración 19. <i>Quinta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.</i>	48
Ilustración 20. <i>Sexta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.</i>	49
Ilustración 21. <i>Primera variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.</i>	50
Ilustración 22. <i>Segunda variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.</i>	51
Ilustración 23. <i>Tercera variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.</i>	52
Ilustración 24. <i>Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.</i>	53
Ilustración 25. <i>Primera variable a considerar en la dimensión de: Empatía.</i>	54
Ilustración 26. <i>Segunda variable a considerar en la dimensión de: Empatía.</i>	55
Ilustración 27. <i>Tercera variable a considerar en la dimensión de: Empatía.</i>	56
Ilustración 28. <i>Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.</i>	57

Ilustración 29. <i>Quinta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.</i>	58
Ilustración 30. <i>Sexta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.</i>	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de Modelos de Medición de Calidad en el Servicio.	10
Tabla 2. Las 22 declaraciones del Modelo SERVQUAL.	15
Tabla 3. Operacionalización de las variables.	29
Tabla 4. Promedio de las edades del usuario encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.	30
Tabla 5. Promedio del sexo de los usuarios encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.	31
Tabla 6. Promedio del sector de los usuarios encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.	32
Tabla 7. Primera variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.	33
Tabla 8. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.	34
Tabla 9. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.	35
Tabla 10. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.	36
Tabla 11. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.	37
Tabla 12. Primera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.	38
Tabla 13. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.	39
Tabla 14. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.	40
Tabla 15. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.	41
Tabla 16. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.	42
Tabla 17. Primera variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.	43
Tabla 18. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.	44
Tabla 19. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.	45
Tabla 20. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.	46
Tabla 21. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.	47
Tabla 22. Sexta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.	48
Tabla 23. Primera variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.	49
Tabla 24. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.	50
Tabla 25. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.	51
Tabla 26. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.	52
Tabla 27. Primera variable a considerar en la dimensión de: Empatía.	53
Tabla 28. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Empatía.	54

Tabla 29. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Empatía.	55
Tabla 30. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.	56
Tabla 31. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.	57
Tabla 32. Sexta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.	58
Tabla 33. Correlación entre variables.	60
Tabla 34. Inferencia de factor Bayes en correlaciones por parejas.	61
Tabla 35. ANOVA con Prueba de Friedman.	61
Tabla 36. Prueba de T cuadrado de Hotelling.	62

LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL MODELO SERVQUAL EN EL CENTRO DE ATENCIÓN CIUDADANA DE LA CIUDAD DE MILAGRO, CASO DE ESTUDIO REGISTRO CIVIL Y SRI 2019.

RESUMEN

La presente investigación es de tipo descriptiva, con enfoque mixto, y de método teórico hipotético-deductivo, cuyo objetivo principal es identificar los principales factores que determinan la calidad de servicios y el grado de satisfacción de los clientes en el Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro, 2019.

Para realizar el presente estudio se utilizó técnicas como la observación, entrevista y encuestas, en cuanto a la técnica de observación obtuvo una duración de una jornada de 8 horas, en dicho transcurso de tiempo se realizó el monitoreo de ingreso y salida de usuarios, hora de salida y entrada de los funcionarios, además de la forma de proceder de los empleados con los usuario o clientes que visitaron las instituciones. En cuanto a la entrevista fue realizada a cada una de las coordinadoras de ambas instituciones que se encuentran en el Centro de Atención Ciudadana, en lo que respecta a las encuestas estas fueron de forma virtual y se realizaron a un total de 361 clientes entre hombres y mujeres que forman la muestra del presente estudio. Dicha encuesta constó de 26 preguntas divididas en las cinco dimensiones a analizar a través del modelo SERVQUAL, las mismas que son confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, tangibilidad y empatía. El instrumento utilizado tiene una amplitud de cinco categorías (totalmente en desacuerdo; en desacuerdo; ni en desacuerdo, ni de acuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo).

Para medir la correlación existente entre las variables a analizar, se empleó la Correlación Bayesiana, en la que se obtuvo el 100%, lo que indica que existe correlación entre ambas variables; para comprobar la hipótesis mediante el nivel de significación se utilizó la Prueba de Chi-cuadrado, cuyo valor fue de 5,908. Con un nivel de significación del 5% hay suficiente evidencia para plantear que las variables buen servicio y procesos de los servicios están relacionadas (se rechaza la hipótesis nula de independencia por tanto existe asociación entre las variables).

PALABRAS CLAVE: Calidad, Servicios Públicos, Modelo SERVQUAL, Evaluar, Cliente.

LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL MODELO SERVQUAL EN EL CENTRO DE ATENCIÓN CIUDADANA DE LA CIUDAD DE MILAGRO, CASO DE ESTUDIO REGISTRO CIVIL Y SRI 2019.

ABSTRACT

The present investigation is of a descriptive type, with a mixed approach, and of a hypothetical-deductive theoretical method, whose main objective is to identify the main factors that determine the quality of services and the degree of customer satisfaction at the city's Citizen Service Center from Milagro, 2019.

To carry out this study, techniques such as observation, interview and surveys were used, as for the observation technique, it lasted a duration of 8 hours, during this time the user was logged in and out, time of exit and entrance of the officials, in addition to the way of proceeding of the employees with the user or clients who visited the institutions. Regarding the interview, it was conducted to each of the coordinators of both institutions that are in the Center for Citizen Attention, in regards to the surveys, these were virtual and were made to a total of 361 clients between men and women. women who form the sample of the present study. This survey consisted of 26 questions divided into the five dimensions to be analyzed through the SERVQUAL model, which are reliability, responsiveness, security, tangibility and empathy. The instrument used has an amplitude of five categories (totally disagree; disagree; neither disagree, nor agree, agree, totally agree).

To measure the correlation between the variables to be analyzed, the Bayesian Correlation was used, in which 100% was obtained, which indicates that there is a correlation between both variables; To test the hypothesis using the level of significance, the chi-square test was used, whose value was 5,908. With a level of significance of 5% there is enough evidence to state that the variables good service and service processes are related (the null hypothesis of independence is rejected therefore there is an association between the variables).

KEY WORDS: Quality, Public services, SERVQUAL Model, Evaluate, Customer

INTRODUCCIÓN

Ecuador desde el año 2016 cuenta con 136 Instituciones que brindan servicio al sector Público, de este total de entidades, 20 se localizan en las instalaciones del (CAC), “Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro”, gracias al Servicio de Gestión Inmobiliaria del Sector Público, INMOBILIAR, que llevó la entrega a la ciudadanía del CAC, el día jueves 16 de febrero del 2017, en donde laboran 450 funcionarios públicos y benefician de forma directa a 134.000 habitantes de la ciudad de Milagro y de manera indirecta a los residentes de las ciudades cercanas. Uno de sus principales objetivos es agrupar en un sólo lugar a diferentes instituciones del Estado para que la ciudadanía pueda acceder a servicios sociales, administrativos y financieros, ahorrando tiempo y recursos.

En la actualidad, la calidad de los servicios que ofrecen las instituciones públicas no están libres de numerosas falencias, las mismas que se ven reflejadas en la inconformidad que presentan los usuarios finales.

En el siguiente trabajo investigativo se presenta un Modelo para evaluar la calidad de servicios (Modelo SERVQUAL), desde el punto de vista del usuario y que medidas correctivas se pueden aplicar para la mejora continua de la atención al cliente de las instituciones públicas que brindan servicios administrativos.

La evaluación del nivel de calidad de los servicios que ofrecen las instituciones públicas es un factor que actualmente está siendo considerado de mucha importancia ya que la satisfacción de los clientes es fundamental en el desarrollo de las instituciones, por lo que el gobierno de la República del Ecuador en su servicio de acreditación manifiesta lo siguiente:

“El reto actual de los procesos de mejora de la calidad en la administración pública, no se centra en los objetivos estratégicos, la gestión y control de los procesos internos, sino en mejorar la calidad desde la demanda de los ciudadanos. Lo importante es saber cómo los usuarios de los servicios públicos ven y califican los mismos, y cómo quisieran que sea la atención y la eficacia” (Acreditacionecuador, 2018).

Existen algunos estudios en donde se enfoca la aplicación del Modelo SERVQUAL, ha sido de gran ayuda en el análisis de la medición de la calidad del servicio que dan las diferentes instituciones del sector público, como ejemplo a nivel internacional tenemos el siguiente artículo científico de Colombia, “La calidad del servicio al cliente en los grandes

supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)”(Guerrero, 2014, pág. 55) con los hallazgos encontrados se puede direccionar a nuevas estrategias competitivas, por medio de análisis de las diligencias, alcanzando iniciar la mejora continua donde sea necesaria.

Otro ejemplo muy particular fue la “Propuesta de un sistema de evaluación de la calidad del servicio en el área de salud mediante el modelo Servqual dirigido al hospital José Garcés Rodríguez del cantón salinas de la provincia de Santa Elena”, en donde se logró orientar de manera eficiente las estrategias de gestión hospitalaria haciendo énfasis en las expectativas y satisfacción del usuario y que permita mejorar la calidad del servicio de manera oportuna (BAZAN, 2013).

Un estudio más que presentamos es la tesis de grado que se realizó en la Universidad Politécnica Salesiana SEDE Guayaquil, titulada “Aplicación del modelo SERVQUAL para la calidad de servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY”, “se logró elaborar una propuesta para la medición de la calidad del servicio de limpieza de establecimientos educativos, mediante la ejecución de acciones correctivas de la calidad del servicio y la maximización de la satisfacción del cliente” (Valencia, 2015, pág. 110).

Los estudios presentados anteriormente nos ayudan a evidenciar la importancia y eficacia que se obtiene en la aplicación del Modelo SERVQUAL, en el estudio de la calidad de servicios que se ofrecen en distintas instituciones del sector público, en dónde se logra conseguir los objetivos planteados y proponer soluciones correctivas a los resultados que se presentan con la aplicación del método.

De igual manera en el “Centro de Atención Ciudadana (CAC), de Milagro”, se presentan ciertos inconvenientes en la calidad de los servicios administrativos que se ofrecen al usuario, en donde los más sobresalientes son el tiempo de espera de atención, y las fallas en el sistema online de los mismos, por ello al notar estas falencias se buscó remediar dicha problemática a través de la aplicación del Modelo SERVQUAL.

En el estudio de la presente investigación, surgieron las siguientes incógnitas como: ¿Qué efecto tiene la deficiente imagen de las instituciones del sector público?, ¿De qué manera afecta la deficiente capacitación continua en el ámbito Administrativo y atención al cliente?, ¿Cómo influye el desconocimiento del uso de los servicios online en el proceso de atención del usuario?, ¿Cómo repercute la inadecuada estructura organizacional en la delegación y

realización de las distintas actividades laborales de las instituciones del sector público?, ¿De qué modo la poca fluidez en el trámite de los servicios administrativos presenciales alarga el tiempo de espera de los usuarios en las instituciones del sector público?

La descripción sobre estas reflexiones trae consigo el planteamiento del siguiente problema:

- La poca eficiencia en la calidad de servicios administrativos origina inconformidad en la atención de los usuarios de las distintas instituciones del Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro.

Objetivo de la investigación.

Objetivo general:

Identificar los principales factores que determinan la calidad de servicios y el grado de satisfacción de los clientes del Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro.

Objetivos Específicos:

- Mostrar de qué manera influye la imagen corporativa de las instituciones del sector público en la confiabilidad del usuario.
- Definir de qué manera afecta la deficiente capacitación continua en el ámbito Administrativo y atención al cliente.
- Analizar de qué manera influye el desconocimiento del empleo de los servicios online en el retraso del proceso de atención a los usuarios.
- Describir cómo repercute la inadecuada estructura organizacional en la delegación y realización de las distintas actividades laborales de las instituciones del sector público.
- Interpretar cómo la poca fluidez en el trámite de los servicios presenciales alarga el tiempo de espera de los usuarios en las instituciones del sector público.

Justificación de la investigación.

“La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa” (Matsumoto, 2014, pág. 3).

“La escuela norteamericana, representada por los trabajos de Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) presenta el paradigma de la disconformidad sobre la base de las cinco discrepancias entre el servicio esperado y el servicio suministrado” (Huertas & Galcerán,

2008, pág. 255). Dichas disconformidades se convirtieron en lo que conocemos como el Modelo SERVQUAL, cuyas dimensiones evaluadas son: la fiabilidad (nivel de confianza), responsabilidad (compromiso), seguridad (manejo de información), empatía (hacia los usuarios) y los elementos tangibles con los que cuenta la organización.

Una vez que sean detectado estos factores, a través de la recolección de datos se presentaran medidas correctivas que se puedan implantar y se logre mejorar de esta manera la calidad de los servicios que ofrece el sector público a los ciudadanos del cantón Milagro.

Con la presente investigación se evalúa el nivel de calidad de los servicios que se ofrecen en dos de las instituciones más relevantes del sector público, que se encuentran en el Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro, por medio del Modelo Servqual, con el que se busca encontrar los más importantes elementos que determinan la calidad de servicios y el nivel de complacencia de los usuarios o clientes.

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Históricos.

La revolución industrial trajo cambios no solamente en la producción de bienes sino también en factores relacionados a la calidad como uno de los elementos primordiales en la producción. Es así que los japoneses desarrollaron nuevas estrategias empresariales para poderle dar un nuevo concepto a la prestación de servicios donde participan todo el capital humano de las empresas.

Según (Villacis, 2018) nos dice lo siguiente acerca de la gestión de la calidad:

La gestión de la calidad de servicio se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más los que tratan de definirla, medirla y finalmente mejorarla para buscar un progreso continuo en los procesos y de esta manera prestar un servicio eficiente y eficaz que permitan alcanzar sus propósitos. Las organizaciones hacen múltiples esfuerzos para generar cambios y acciones planificadas que les permitan desarrollar nuevas estrategias para no ser absorbidas por las nuevas exigencias del mercado que han adoptado como filosofía satisfacer las necesidades de los clientes mejorando continuamente y haciéndose partícipe a todo el personal en el marco del desempeño de sus funciones. (pág. 14)

Para el autor la gestión de calidad de servicio es fundamental en las organizaciones, si se logra definir, medir y mejorarla la empresa tendrá muchas más posibilidades de lograr sus objetivos y metas propuestas. Los servicios administrativos que brindan las diferentes empresas siempre deben estar ligadas a la satisfacción del usuario, si la empresa logra mantener clientes satisfechos, sin duda alguna esta crecerá, ya que los clientes son uno de los motores principales para el desarrollo de las instituciones.

Las empresas nacionales e internacionales en un momento determinado suelen necesitar de medir el servicio que están brindando para poder mejorar y satisfacer las exigencias del consumidor de hoy, ya que esto ayudaría a mejorar los procesos administrativos dentro de la organización.

Para realizar este trabajo investigativo se ha seleccionado dos empresas reconocidas en el Ecuador por el número de usuarios que tienen a diario y estas organizaciones han marcado historia en este país, siendo las más importante y estas son: SRI (Servicio de Rentas Internas) y el Registro Civil.

El Servicio de Rentas Internas (SRI) se creó en el año de 1997, esta institución se la creó con el fin de que haya más equidad tributaria para todos los ciudadanos, años atrás los usuarios han evitado el pago de sus impuestos por la falta de cultura tributaria en el país. Esta empresa siempre se ha basado en los principios de justicia, siendo una organización innovadora obviamente recaudadora de impuesto ya que es su principal misión. Hoy en día la institución está en la lucha contra la evasión de impuesto desde los grandes empresarios hasta los minoristas basándose en las políticas de legislación, grandes cambios ha venido haciendo el SRI buscando la mejora continua para sus contribuyentes y para los funcionarios que laboran dentro de ella (SRI, 2018, pág. 29)

El Servicio de Rentas Internas brinda diferentes servicios a las Personas Naturales y Sociedades como son: acceso a la información pública, inscripción de RUC a Personas Naturales, inscripción de sociedades, inscripciones de sociedades constituidas por la SUPER CIAS, inscripción en línea de la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria), actualización del RUC, cancelación del RUC, certificados de establecimientos por internet, certificado de cumplimiento tributario, declaraciones por internet, generación y recuperación de claves, asesoramiento tributario.

Con la llegada al poder del Gral. Eloy Alfaro este presenta un proyecto de ley al entonces Congreso Nacional para regular la inscripción de nacimiento, defunciones, matrimonios entre otros actos una vez aceptado este proyecto nace la ley de Registro Civil, misma que fue publicada en el Registro Oficial No. 1252. Conforme la sociedad iba avanzando esta institución fue adquiriendo nuevas competencias pero se evidencia también que el manejo inadecuado y anti técnico de datos sensibles relacionados a la vida civil de los ciudadanos ocasiono un deficiente gestión administrativa a favor de la comunidad, sin embargo en la última década con un nuevo enfoque gubernamental y con la implementación de los sistema ISO de calidad se ha consolidado una imagen de eficiencia, eficacia, calidad y calidez alineado a lo que dice la constitución del 2008. Los servicios y productos más solicitados en la actualidad están relacionados no solo a inscripción de nacimiento, defunciones y matrimonios como fue en su orígenes sino también a la emisión de cédula, de pasaporte,

inscripciones ordinarias y extraordinarias de nacimiento, reconocimiento voluntario de hijo e hija, emisión de certificados íntegros varios, legalización de documentos y demás que avalúan dichas ceremonias civiles. (REGISTRO CIVIL, 2019)

Esta institución pública además de brindar los servicios antes mencionados, con el pasar del tiempo se ha incrementado otros servicios tales como: emisión de pasaporte ordinario por renovación, emisión de pasaporte por pérdida o robo, inscripción ordinaria y extraordinaria de nacimiento con atención médica, emisión de certificado digital de firma electrónica, cambio de nombre, reconocimiento voluntaria de hijo/a, emisión de certificado íntegro del acta de nacimiento, matrimonio, defunción y unión de hecho, legalización de documentos.

En este trabajo investigativo se ha definido las siguientes variables tales como: Aplicación del Modelo SERVQUAL, Calidad de servicio, Proceso y Atención al cliente, Imagen Corporativa, Capacitaciones al personal, Estructura Organizacional, Delegación de realización de actividades, Empatía y Tiempo de espera.

Tabla 1. Tipos de Modelos de Medición de Calidad en el Servicio.

Autores - años	Modelos de medición de calidad	Definición
GRÖNRROOS 1984	Modelo de Calidad de Servicio	“Este modelo busca integrar tres dimensiones que son: la calidad técnica, calidad funcional y la imagen corporativa de la empresa” (Colmenares & Saavedra, 2014).
PARASURAMAN, ZEITHAML Y BERRY 1985-1988	Modelo SERVQUAL	Según (Colmenares & Saavedra, 2014) “El modelo SERVQUAL estudia el análisis de las expectativas y percepciones que tiene el cliente acerca del servicio que espera recibir. Es una herramienta que la mayoría de las organizaciones deben implementar para medir la calidad en el servicio”. Este tipo de modelo debe ser implementado en la parte de producción de cualquier empresa ya que se relaciona el cliente y la empresa. Este modelo no se
EIGLIER Y LANGEARD 1989	Modelo de Servucción	lo elaboro solo para los bienes tangibles de la organización sino para los servicios que estos vayan a ofrecer, buscando un equilibrio de la satisfacción del cliente. (Colmenares & Saavedra, 2014)
CRONIN Y TAYLOR 1992	Modelo SERVPERF	“Este modelo permite medir las percepciones que el usuario o cliente tiene acerca del servicio que está recibiendo, dando a su vez una calificación que determina el grado de calidad del servicio”. (Colmenares & Saavedra, 2014)

Elaborado: por los autores

Fuente: (Colmenares & Saavedra, 2014)

Los aportes que han realizados estos diferentes autores a la medición de la calidad del servicio se basan en los modelos que han propuesto para realizar determinados estudios, que se han aplicado a las diferentes dimensiones y elementos de la producción, en el servicio que se brinda, la imagen corporativa, y la atención y perspectivas de los diferentes usuarios.

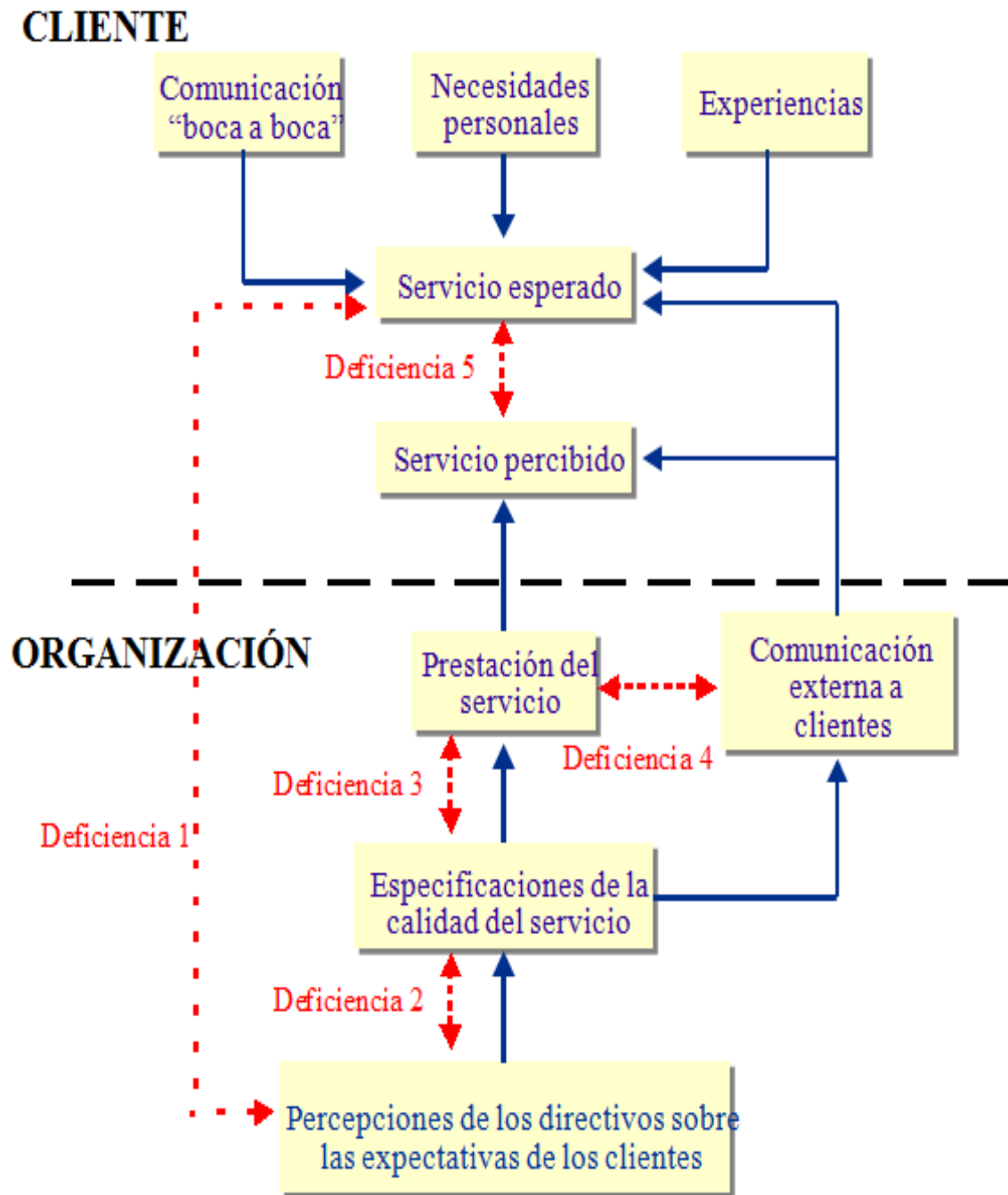
Es por esta razón que en este trabajo de investigación se ha optado por el modelo SERVQUAL ya que es uno de los más eficaces, porque permite tener una medición de la calidad del servicio que brinda las diferentes organizaciones y tener las diferentes percepciones de los clientes.

1.2 Aplicación del Modelo SERVQUAL.

Para estos autores (Huertas & Galcerán, 2008) “El modelo Servqual, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, 1988). La escuela norteamericana, representada por los trabajos de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)” nos da a conocer sobre las discrepancias que tiene las cinco dimensiones que estudia el modelo SERVQUAL, tanto de las percepciones y expectativas que tiene el usuario acerca del servicio que está consumiendo. En el año de 1988 estos autores proponen este tipo de modelo a las organizaciones para que se mejore los procesos de atención al cliente que se llevan dentro de la organización, esperando que el usuario quede satisfecho del servicio que recibió. En este modelo se ha implementado cinco dimensiones que mide la calidad del servicio de las organizaciones estas son: confiabilidad, capacidad de respuestas, seguridad, empatía, elementos tangibles (pág. 255).

Desde las creaciones de las empresas los gerentes o administradores han intentado medir y cuantificar la calidad en cuanto a la producción, como al servicio que prestan las diferentes organizaciones, es por este motivo que se ha realizado varios estudios acerca del modelo SERVQUAL para realizar una correcta implementación de este método para que los usuarios puedan valorar negativamente o positivamente la calidad de un servicio a las expectativas que se había creado.

Ilustración 1. Esquema del Modelo SERVQUAL.



(aiteco, 2019)

Fuente: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

En la ilustración 1 nos indica lo que el cliente espera de la empresa al prestar un servicio, de esta manera se podrá medir la satisfacción de los usuarios, donde se diferencia las expectativas y las percepciones que ellos tengan.

Las organizaciones siempre buscan estar en constante competencia y ser líderes en el mercado, es por esta razón que se diseña este esquema para poder entender y responder las necesidades de los consumidores.

Este modelo de medición de las expectativas del consumidor y la calidad del servicio se desarrolla en cinco dimensiones que son la fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, y elementos tangibles.

A continuación, se da una explicación de cada una de estas cinco dimensiones que son de gran aporte para la calidad del servicio.

Según (Matsumoto, 2014, pág. 186) estas dimensiones son las siguientes:

- **Confiabilidad:** Da a conocer cuan confiable es la organización al momento de realizar su trabajo, mostrando al cliente confianza y una habilidad única en los procesos de la empresa, dando al usuario solución a sus problemas, suministro del servicio, entrega en el tiempo establecido, cumpliendo las promesas a los clientes.
- **Capacidad de Respuesta:** Es la predisposición que tienen los diversos funcionarios dentro de la organización para poder dar una solución óptima a los usuarios, estar capacitados para poder responder las preguntas a los clientes que vayan adquirir el servicio, dar una buena atención y poder responder todas las solicitudes.
- **Seguridad:** los funcionarios deben demostrar que tienen conocimiento sobre cualquier asunto que el usuario tenga inconveniente de esta manera da credibilidad y confianza en el trabajo que está realizando.
- **Empatía:** Se refiere cuando el funcionario brinda una atención personalizada al usuario, brindándole todas las comodidades posibles, un buen trato y que se sienta satisfecho con el servicio recibido.
- **Elementos tangibles:** estos elementos son con los que cuenta la empresa que pueden ser los equipos de cómputo, tecnología, materiales didácticos, la estructura de la organización.

Para los expertos (aiteco, 2019, pág. 3) del modelo SERVQUAL, indican que el mismo contiene tres partes fundamentales que son:

- Primero: se entrevista al cliente acerca de las expectativas que desea tener del servicio que vaya a consumir, esto se lo realiza con la ayuda de las 22 preguntas que consta el modelo dando una calificación del 1 a 7 a cada una de las declaraciones o preguntas.
- Segundo: se recibe las percepciones que tiene el usuario acerca de la empresa de la que está brindando el servicio, para saber si se encuentra satisfecho con todas las características de la empresa.
- Tercero: la empresa cuantifica los resultados de las expectativas y percepciones de los usuarios que han dado al recibir el servicio dentro de ella. Y a su vez dando a conocer la importancia que tiene las cinco dimensiones dentro del modelo SERVQUAL.

Como ya se mencionó anteriormente el modelo SERVQUAL cuenta con 22 declaraciones o preguntas relacionadas con las cinco dimensiones que sirven para medir la calidad del servicio en las diferentes empresas, las cuales pueden ser valoradas como:

- “Elementos Tangibles: 1-4
- Confiabilidad: 5-9
- Capacidad de Respuesta: 10-13
- Seguridad: 14-17
- Empatía: 18-22” (aiteco, 2019)

Tabla 2. Las 22 declaraciones del Modelo SERVQUAL.

Elementos Tangibles	Confiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía
1.- ¿La organización cuenta con equipos de apariencia moderna?	5.- ¿El personal trabaja de forma eficaz?	10.- ¿Los empleados son siempre amables?	14.- ¿El personal realiza los procesos de trámites sin errores?	18.- ¿Los funcionarios entienden sus necesidades específicas?
2.- ¿Las instalaciones de la empresa son visualmente atractivas?	6.- ¿La empresa cumple con el horario establecido?	11.- ¿los funcionarios tienen el conocimiento para resolver sus preguntas?	15.- ¿El personal transmite confianza al momento de atender sus requerimientos?	19.- ¿El personal da una atención individualizada?
3.- ¿La empresa tendrá equipos de última tecnología?	7.- ¿La organización realiza bien el servicio la primera vez?	12.- ¿Los empleados cuando se comprometen en realizar algo en cierto tiempo lo hacen?	16.- ¿Realiza con seguridad los tramites en la organización?	20.- ¿Los trabajadores se preocupa por sus intereses?
4.- ¿Los empleados tienen buena apariencia personal?	8.- ¿El personal siempre está disponible para resolver sus dudas?	13.- ¿El personal siempre está predispuesto a ayudarlo?	17.- ¿El personal se esfuerza por realizar bien su trabajo?	21.- ¿El personal es tolerante al momento de brindar el servicio?
	9.- ¿El personal demuestra un genuino interés por resolver sus problemas?			22.- ¿La organización tiene establecido el horario de atención?

Elaborado por los autores

Fuente: (aiteco, 2019).

Las 22 declaraciones establecidas en la tabla anterior pueden variar y ajustarse a las necesidades que desea medir la empresa, por esta razón en el modelo SERVQUAL que se ha elaborado para las dos empresas que se está realizando este estudio, se ha incrementado preguntas en las diferentes dimensiones de acuerdo a lo que se va a medir.

La aplicación de este modelo consiste en adaptarlos a las características de la organización y al servicio que estas ofertan, así da oportunidad a que se mejore el desempeño de la atención a los usuarios dándole un servicio de calidad y cumpliendo con sus expectativas.

Este modelo nos servirá para sistematizar, analizar toda la información recopilada a través del cuestionario que se realizó a los diferentes clientes y así se podrá cuantificar toda la discrepancia que existe al momento de la prestación del servicio y conocer las expectativas tanto del prestador como del usuario.

Los encargados de prestar los servicios deberán tener en cuenta que es el cliente el que evalúa su trabajo al momento de ser atendido, ya que deben poner más énfasis en sus labores y así estaría satisfaciendo al cliente.

1.3 La Calidad.

Según (Sanchís & Ribeiro, 1999) define la calidad como el “conjunto de propiedades y características que definen su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas” (pág. 247). Este concepto tiene diversas formas de entenderlo ya que no solo está relacionada al área de producción de una empresa sino a la satisfacción que el cliente tenga del producto o servicio que está consumiendo, hay situaciones que no se logra cubrir todas las necesidades de las personas.

En el estudio que hizo (Besterfield, 2009) en su libro define lo siguiente: “El termino calidad, solemos imaginar un excelente producto o servicio, que cumple o rebasa nuestras expectativas. Estas expectativas se basan en el uso que se pretende dar y en el precio de venta” (pág. 552). Este autor nos quiere decir que se debe elaborar un buen producto o servicio cumpliendo las exigencias de los diferentes clientes y a su vez estimar un precio asequible al bolsillo del consumidor.

Garvin sugiere que “La calidad es una simple y no analizable propiedad, que aprendemos a reconocer solo a través de la experiencia” (Garvin, 1998) De esta manera a las organizaciones les toca adaptarse a los nuevos cambios y darse el mejoramiento continuo, ya que para él la calidad se adquiere a través de la experiencia en los negocios, conocer bien los gustos y preferencias de los consumidores.

Para Whiteley (1992), citado por (Hernández, Chumeceiro, & Cárdenas, 2009, pág. 461) la Calidad explica siete puntos clave para que las empresas brinden un buen servicio al cliente:

- La empresa debe tener una misión, visión, objetivos que estén orientados hacia las expectativas y buen trato del cliente ya que de estos depende la imagen corporativa de la organización.
- El cliente no tenga la necesidad de estar presente en la empresa para poder realizar cualquier trámite, ya que gracias a las herramientas tecnológicas, el usuario puede interactuar en la plataforma de la organización.
- Contar con los materiales, herramientas necesarias sobre la calidad del servicio y estar en constante mejoras.
- Los funcionarios deben estar debidamente capacitados para el buen trato y servicio hacia al cliente.
- Mejora continua en los procesos administrativos de la organización.
- Aplicación de nuevos modelos o métodos para la calidad en el servicio
- Dar lo mejor para que el usuario o cliente se encuentre satisfecho.

En si el término calidad tiene múltiples significados con el objeto de satisfacer las necesidades implícitas o explícitas de los consumidores, ya que de esto depende la percepción que se haga el usuario al momento de adquirir el producto o servicio. Teniendo muy claro la definición de la calidad aportaría mucho a mejorar las diversas competencias tanto en la parte interna como externa de la organización, contando con las mejores herramientas para la elaboración del producto o de la prestación del servicio.

1.4 Calidad del Servicio al Cliente.

“La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa” (Matsumoto, 2014, pág. 3).

Es así que hoy en día hablar o conocer sobre la calidad de servicio que brinda las diferentes instituciones del sector público se refiere a satisfacer las diversas necesidades y requerimientos que tienden a tener las personas, es por este motivo que es indispensable que los empresarios tomen en cuenta el estudio de la calidad del servicio, de esta manera el cliente podrá medir el grado de satisfacción del servicio que le están brindando.

Según (Ibarra, 2015) “el cliente tiene una sola oportunidad de evaluar el servicio que se le brinda en términos de satisfacción y calidad”; es por esta razón que las empresas están

implementando métodos para medir la calidad en los servicios y de esta manera dándole el poder al cliente de poder calificar al funcionario que lo atiende y a la organización misma. La presente obra le ofrece a través de casos de estudio, un panorama global sobre la medición de la calidad del servicio en cuatro sectores distintos, donde se aborda, discute y evalúa este tema tan importante desde dos perspectivas: “El modelo Servqual, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, 1988) y el modelo ServPerf presentado por Cronin & Taylor (1992, 1994) (Ibarra, 2015, pág. 92).

El cliente espera cierta actitud por parte de la persona que lo atiende, pero a su vez, el empleado espera cierta actitud del cliente. Es cierto que no podemos exigir que esto ocurra ya que este es quien exige y paga por un servicio, pero también debe entender que está tratando con un ser humano y que debe ser respetado y tratado como tal. (Olvera & Scherer, 2009)

Podemos deducir que estos tres autores coinciden en la valoración que da el usuario al servicio que se le está brindando y a su vez se está cumpliendo con las expectativas que él tenía en mente acerca de la organización, esto ayudaría mucho porque las empresas hoy en día están implementando métodos para poder medir la calidad que se le está dando al cliente.

1.5 Proceso y Atención al Cliente.

“Las personas que trabajan en una empresa y tienen contacto con el cliente son identificados como si fueran la propia organización. Está comprobado, estadísticamente, que los clientes cuando compran aprecian el buen servicio y atención, que calidad y precio” (Escudero, 2011, pág. 217).

En toda empresa debe considerarse un buen proceso de atención al cliente ya que de esto depende que fidelicemos al usuario y que él vuelva adquirir nuestros servicios y a su vez estaremos aportando con la calidad en la organización. En este proceso (Fernández & Fernández, 2010, pág. 221), define las siguientes fases en la atención al cliente:

- La acogida: es el contacto que tiene el funcionario con el cliente.
- El seguimiento: es donde se obtiene información del cliente, saber de sus necesidades y lo que espera del servicio que se le va a brindar.
- La gestión: darle a conocer al cliente toda la información detallada acerca del servicio o producto que vaya adquirir, para evitar que haya problemas más adelante.

- La despedida: los funcionarios deben cerrar la venta de una manera cordial para que el cliente desee volver a la empresa y seguir consumiendo los servicios o productos que esta oferta.

Como conclusión de estos dos autores Escudero y Fernández podemos decir que el cliente es la persona más importante de toda organización, motivo por el cual el cliente nunca dependerá de la organización, sino que ella dependerá del cliente, ya que por medio de él obtiene ingresos para su empresa, a los clientes se les debe brindar un buen trato creando un vínculo con el fin de lograr una relación duradera, crear una confianza y que sea leal a nuestra organización. Lo importante para toda empresa debe ser que él usuario salga satisfecho por el servicio brindado.

1.6 Imagen Corporativa.

Para autores como (Pintado & Sánchez, 2013) La imagen corporativa es:

Uno de los elementos más importantes que las compañías tienen a su disposición para hacer comprender a sus públicos quienes son, a qué se dedican y en qué se diferencian de la competencia. En la actualidad es realmente difícil definir que es la imagen corporativa, ya que prácticamente todo lo que rodea a una empresa o a un producto o servicio puede hacer referencia a su imagen, se puede definir como una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referente a la compañía. (pág. 313)

De esta manera la imagen corporativa ha sido uno de los pilares históricos de una organización ya que genera una impresión total en la mente de los consumidores, años atrás y hasta el día de hoy a los empresarios se le ha hecho complejo formar una buena imagen porque es un proceso largo y difícil, puesto que depende mucho de que no es lo que la empresa cree ser, sino las creencias que existen en las mentes de los usuarios, la imagen corporativa se basa en que tenga una buena estructura, excelente comunicación entre el personal que labora dentro de la organización, una mejora en los procesos administrativos y estos atributos pueden quedarse en la mente del cliente.

Para (Chaves, 2007, pág. 70) “imagen corporativa es un fenómeno de una escala tal que una comprensión fundada del mismo no puede soslayar una indagación de los condicionantes provenientes de la sociedad en su conjunto”, nos dice que la imagen va a ir cambiando por

diferentes motivos y adaptándose a los cambios de la sociedad de hoy en día, siempre y cuando se relacione con los productos o servicios que este ofertando.

En la planificación estratégica los elementos identificadores como la misión, visión, valores constituye la identidad de una organización sumada a su filosofía, creencias, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios, la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales y sus estrategias. (IND, 1992)

Se puede determinar una sola definición de lo que es una imagen corporativa basada en los conceptos de estos tres autores ya que se relaciona su desarrollo sobre este tema que la imagen corporativa es el conjunto de cualidades que representa la organización y a su vez forma la percepción del cliente hacia a la empresa, la imagen debe estar basada en los pilares fundamentales que son su cultura, creencias y valores.

1.7 Capacitación al Personal.

Según (Chiavenato, 2011) define lo siguiente “La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”. (pág. 421)

La capacitación se presenta como la oportunidad que tiene el ser humano de permanecer actualizado, entendiendo cambios que se dan en la organización para poder participar íntegramente en los procesos productivos y mantener un alto nivel de competencia ante sus compañeros. (González & Olivares, 2011, pág. 300)

La capacitación es una de las mejores inversiones en recursos humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización; por eso las empresas y las personas deben ver la capacitación como una inversión que más adelante dará los resultados y metas esperados. (Parra & Rodríguez, 2016, pág. 136)

Podemos concluir que la capacitación al talento humano es de suma importancia ya que es el activo fijo de toda organización , siempre se debe contar con profesionales capacitados en su área de trabajo ya que depende mucho de su desenvolvimiento y las herramientas que estos tenga para desarrollar sus labores, como dice Chiavenato es un proceso educativo si porque aprenden y adquieren nuevos conocimiento para su perfil profesional, es una oportunidad que le brinda la empresa y a su vez está realizando una buena inversión.

1.8 Estructura Organizacional y Delegación de Actividades.

“Cuando hablamos de estructura nos referimos a todas las formas que utiliza una organización para dividir a su mano de obra en distintas tareas y a su coordinación posterior”. (B.J.Hodge, Anthony, & Gales, 2013, pág. 226)

Según (Jones, 2008) define la estructura organizacional como el “Sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla como las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para lograr las metas de la organización”. (pág. 552)

“Cuando las funciones sean las mismas en todas las empresas, la forma específica de dividir el trabajo varia de una empresa a otra. Es probable que cada departamento sea responsable de toda una función o un grupo de tareas”. (Amaru, 2008, pág. 150)

Estos autores llegan a la conclusión que la estructura organizacional es un sistema donde se necesita dividir las tareas, la mano de obra y ser controladas para llegar al objetivo pactado. Al estar formada una buena estructura organizacional demuestra que la empresa está realizando un trabajo de forma óptima y eficaz, esto facilita para una buena toma de decisiones y un continuo feedback de los elementos importantes de la organización.

1.9 Empatía.

Estos autores (López, Filippetti, & Richaud, 2014) nos dice que:

Al intentar describir coloquialmente la empatía suele recurrirse a frases como “ponerse en el lugar / en los zapatos de los demás”, buscando una metáfora para la idea de comprender o sentir lo que el otro siente en determinada situación. Desde el ámbito científico no existe una definición unívoca de empatía. Se trata más bien de un campo conceptual en construcción y discusión, en el que recientemente se han realizado algunos intentos de integración. Al realizar una primera aproximación se podría decir que la empatía es la capacidad de comprender los sentimientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar. Es una habilidad indispensable para los seres humanos, teniendo en cuenta que toda la vida transcurre en contextos sociales complejos. (pág. 3)

La empatía es la competencia para comprender y sentir lo que siente otra persona, expresarlo y hacer algo en consecuencia. Implica ponerse en el lugar del otro, descubrir

sus necesidades y lo que determina sus sentimientos. Por tanto, en esta tarea entran en juego diferentes habilidades: observación, atención, escucha activa, expresión de emociones, conductas de ayuda. (Bazaga, 2016)

Este autor (Casado, 2009) “La empatía consiste en situarnos en el lugar de los demás con el propósito de comprender por qué actúan, piensan o sienten como lo hacen. Por esta razón la empatía se encuentra ligada al respeto”. (pág. 23)

La empatía es una de las herramientas más importantes que el ser humano puede tener, para poder conectarse con las demás personas, en esta relación con la empatía se da lo de ganar/ganar a través del escucha activa de las personas, nos facilitaría el poder respetar las diferencias de las personas y poderlos entender de una forma más adecuada en las necesidades que estos tienen y lograr establecer un respeto y sinceridad mutua.

1.10 Tiempo de Espera.

Según (Olvera & Scherer, 2009) nos comenta como debe ser el trato que se le debe dar al usuario al momento de esperar un servicio:

El momento de dar el servicio debemos lograr que el cliente pase por un momento de magia, que el tiempo en el que se encuentra con nosotros le permita tener una excelente experiencia, llena de satisfacción y alegrías, que realmente se sienta convencido de que lo que compró y el gasto que realizó, lo hizo en la mejor empresa, incluso el hecho de que se convierta en un cliente fiel y que nos prefiera por encima de los demás sin importar precio, calidad, distancia, etc. (pág. 152)

Para (Fessard, 2013, pág. 18) define el tiempo de espera del cliente como: “el marco del tiempo del servicio, lo que quiere y lo que vive el cliente. Este es el tiempo en que la empresa debe tener en cuenta para mejorar su competitividad, para atraer clientes y conseguir su fidelidad”. Durante esa espera y el trato con los funcionarios el cliente pasa por ciertas incomodidades a las cuales se las puede llamar calamidades en el transcurso del tiempo de espera; son las siguientes:

- El tiempo perdido
- No se brinda buena información
- Horario de atención mal establecido

- Poca predisposición con el usuario
- Agilidad en la atención
- Falta de comunicación cuando se presenta algún inconveniente
- Ausencia del líder

El tiempo de espera puede ser muy incómodo para las personas y más aún cuando hay mucha afluencia de personas, es por esta razón que la atención hacia el cliente debe ser ágil y oportuno, el tiempo es uno de los elementos que puede echar a la borda todo el trabajo realizado y ocasionar riesgos en el ineficiente tiempo de espera.

1.11 CAC (Centro de Atención Ciudadana).

El Centro de Atención Ciudadana (CAC) permite a los habitantes realizar diferentes trámites, pagos y solicitar información. En el Ecuador existe tres tipos de CAC de acuerdo a las necesidades y número de población (de 120, de 450 y de 600 funcionarios), pero todos cuentan con instalaciones modernas para atender dignamente a los ciudadanos.

Dentro del edificio del CAC de Milagro que se encuentra ubicado en las Av. 17 de Septiembre y calle Colón, trabajarán 450 funcionarios y el área de atención al público tiene 41 ventanillas. Aquí funcionarán 18 instituciones: GAD municipal, Agencia Nacional de Tránsito, Secap, SRI, Registro Civil, Agencia de Regulación y Control Sanitario, Gestión de Riesgos, Senplades, CNT, Judicatura, Defensoría del Pueblo, Corporación Nacional de Electricidad, Superintendencia de Control de Poder de Mercado. Y habrá oficinas de los ministerios de Inclusión Económica y Social, Salud, Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, Educación, Defensa. (Presidencia de la República del Ecuador, 2017)

Este edificio se construyó con el fin de que los ciudadanos del cantón Milagro y pueblos aledaños sean atendidos de una manera cordial y rápida, ya que cuenta con las principales organizaciones en donde los habitantes pueden acceder a los diferentes servicios públicos, sociales, financieros y administrativos.

Milagro es la capital administrativa de la Zona 5, este complejo se construyó sobre un terreno de 19.805.72 metros cuadrados. El Bloque A fue destinado a oficinas administrativas, sala de reuniones e información a la ciudadanía; en el bloque B se han ubicado las salas de espera y

mostradores para atención al público y en el bloque C funcionará un patio de comidas y locales comerciales. (Ministerio del Interior, 2017)

Es un edificio con instalaciones modernas, cómodas y creativas, cuenta con equipos de última tecnología, personal con el perfil profesional requerido, es así que los usuarios podrán adquirir un servicio de calidez y calidad, la obra fue inaugurada el 16 de febrero del 2017 en el gobierno del Ec. Rafael Correa Delgado recalcó que es un cambio de época para los milagreños contar con esta infraestructura de primer nivel.

Para esta investigación que se está llevando a cabo se tomó en cuenta dos empresas que están ubicadas dentro del Centro de Atención Ciudadana (CAC), estas organizaciones son el Registro Civil y Servicio de Rentas Internas (SRI), ya que cuenta con numerosos usuarios que son atendidos diariamente y estas necesitan brindar un servicio de calidad y cumplir con las expectativas de los clientes, estas organizaciones atienden de manera personal y de manera online.

CAPÍTULO 2

1. METODOLOGIA

Para el desarrollo del presente proyecto investigativo se emplearon algunos métodos que permitieron cumplir los objetivos propuestos, los cuales se detallan a continuación:

2.1 Tipo de Investigación.

2.1.1 Investigación con Enfoque Mixto.

El presente proyecto utilizó un enfoque mixto de investigación, ya que planteo aspectos relacionados con la investigación cuantitativa que “se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas, estos datos están en total consonancia con las variables y los resultados obtenidos van a brindar una realidad específica a la que estos están sujetos” (Domínguez, 2007, pág. 5). “Igualmente fue cualitativa en la medida que detecta la presencia y ausencia de una característica del contenido y hace recuento de datos secundarios referidos a fenómenos a los que siempre es posible hacer referencia” (L.Porta & M.Silva., 2019, pág. 10).

2.1.2 Investigación Descriptiva.

Así mismo esta investigación está direccionada en un enfoque descriptivo, debido a que “se describe que es lo que está ocurriendo en un momento dado. Y transversales, en los que se recopila la información necesaria de una vez, utilizando una única muestra de la población que interesa analizar” (Sanz, 2015, pág. 73).

2.2 Tipos de Métodos.

2.2.1 Métodos Teóricos.

Hipotético-deductivo

“Parte de una hipótesis inferida sugerida por los datos empíricos, y aplicando las reglas de la deducción, se arriba a predicciones que se someten a verificación, y si hay correspondencia, se comprueba la veracidad o no de la hipótesis” (Jiménez & Jacinto, 2017, pág. 12).

La problemática que se presenta en el estudio que se lleva a cabo surge del planteamiento de una hipótesis obtenida mediante datos empíricos, la misma que será sometida a verificación en el transcurso del presente estudio.

2.2.2 Métodos Empíricos.

Observación

Según (Covarrubias & Martínez, 2012), la observación es “captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica” (pág. 49).

Al respecto Bunge señala que, la observación es “el procedimiento empírico elemental de la ciencia que tiene como objeto de estudio uno o varios hechos de la realidad actual, el dato será el resultado que se obtiene del proceso entre los sujetos y sus relaciones” (BUNGE, 2007, pág. 591).

Para la presente investigación se empleó este método ya que se visitó las instalaciones del CAC, durante el horario de una jornada laboral, para observar la conducta de los distintos funcionarios públicos y su atención hacia los usuarios que acudieron a prestar sus servicios.

Entrevista

Estos autores (Bravo, García, Hernández, & Ruiz, 2013, pág. 162) definen la entrevista como: “una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para la recolección de datos”.

La entrevista se aplicó a las directoras de las dos Instituciones Públicas del Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro, que están siendo objeto de nuestro estudio, con la finalidad de conocer más a fondo las problemáticas que se presentan al momento de brindar la atención a los usuarios.

Encuesta

Según el profesor (Chiner, 2011) una encuesta es “una investigación realizada sobre una muestra, que se lleva a cabo utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con

el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” (pág. 2).

La técnica de la encuesta se aplicó a los usuarios de dos instituciones del sector público, que se encuentran en el CAC, tanto del Servicio de Rentas Interna cómo del Registro Civil, para conocer los más importantes elementos que establecen la calidad de servicios y el nivel de complacencia de los usuarios o clientes.

2.3 Población y Muestra.

Población

Para la población se cuenta con 6.000 usuarios que solicitan servicios generales en las dos instituciones que están siendo objeto de este estudio, en donde cada una representa un 50% de dicha población.

Debido a que el número de usuarios supera los 100 elementos es necesario aplicar la siguiente fórmula de la muestra:

$$n = \frac{PQN}{(N - 1) \frac{e^2}{Z^2} + PQ}$$

Donde la simbología de la ecuación, representa los siguientes parámetros:

n = Tamaño de la muestra

P = probabilidad de éxito = 0,5

Q = 1 - P = 0,5

PQ = constante de la varianza poblacional (0,25)

N = tamaño de la población = 6.000 usuarios del Centro de Atención Ciudadana

e = error máximo admisible (5%)

Z = coeficiente de corrección del error (1,96)

$$n = \frac{PQN}{(N - 1) \frac{e^2}{Z^2} + PQ}$$

$$n = \frac{(0,25)(6.000)}{(6.000 - 1) \frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{1.500}{(5.999) \frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,25}$$

La muestra de la investigación es igual a 361 encuestas dirigidas a los usuarios de dos de las instituciones que se encuentran concentradas en el (CAC) “Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro”: (SRI) Servicio de Rentas Internas y del Registro Civil.

2.4 Hipótesis.

La aplicación del Modelo SERVQUAL para medir la eficiencia en la calidad de servicios administrativos origina inconformidad en la atención de los usuarios de las distintas instituciones del Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro.

Variable independiente: El Modelo SERVQUAL.

Variable dependiente: La calidad de servicios administrativos.

Operacionalización de una variable.

Tabla 3. Operacionalización de las variables.

Variables	Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems o Preguntas	Técnica e instrumento
Variable dependiente: La calidad de servicios.	Se define como “el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones”. (Matsumoto, 2014)	Confiabilidad	-Satisfacción del cliente. -Crecimiento de clientes. -Pruebas de funcionamiento.	1. Reconozco la posición de los profesionales. 2. Determino normas de seguridad. 3. Pienso en la importancia de la puntualidad.	-Cuestionario -Entrevista
		Elementos tangibles	-Apariencia del personal. -Instalación física. -Apariencias de equipos.	1. Identifico las dimensiones del ambiente organizacional. 2. Reconozco la distribución de los activos de la institución.	
		Seguridad	-Procesos adecuados. -Generación de confianza. -Ubicación apropiada del usuario.	1. Cómo gestiono los procesos de la institución. 2. Procuero afianzar la relación con los usuarios. 3. Organizo correctamente a los usuarios en espera.	
Variable Independiente: Modelo SERVQUAL	“Instrumento que proporcione la base para el desarrollo de estrategias de gestión de la calidad que reduzcan las discrepancias entre el servicio esperado y el percibido” (Huertas & Galcerán, 2008)	Capacidad de respuesta	-Amabilidad y cortesía. -Tiempo de espera. -Disposición para solucionar problemas del cliente.	1. Capto la calidad de los representantes de atención. 2. Determino un tiempo para resolver inconvenientes. 3. Organizo mis actividades para que no intervengan con la atención al cliente.	-Encuesta
		Empatía	-Capacidad de entender a los	1. Actúo con empatía con los	

usuarios.	usuarios.
-Claridad en la indicación dada al usuario.	2. Brindo información oportuna.
-Paciencia y comprensión.	3. Emito mis puntos de vista con respeto y tolerancia hacia el usuario.

Elaborado por los autores.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS OBTENIDOS

3.1 Recolección de datos.

Los datos se obtuvieron a partir de encuestas realizadas a los clientes o usuarios de la institución. La misma que fue aplicada a un total de 361 usuarios.

3.2 Organización de la información.

Para organizar la información se utilizó el programa estadístico SPSS, donde se colocó cada una de las preguntas que conformaban las dimensiones a evaluar, luego se realizó un análisis por cada una de las dimensiones del cuestionario SERVQUAL, logrando de esta manera interpretar el comportamiento de estas dimensiones evaluadas.

3.3 Interpretación de los resultados.

Se obtuvo el comportamiento de las dimensiones evaluadas en las instituciones del SRI y El Registro Civil del Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro, en donde se expondrá dicho comportamiento.

A continuación, se presentará de forma estadística los gráficos estadios forma individual de cada una de las variables analizadas y posteriormente brindar una interpretación por cada una de las dimensiones analizadas.

Datos generales:

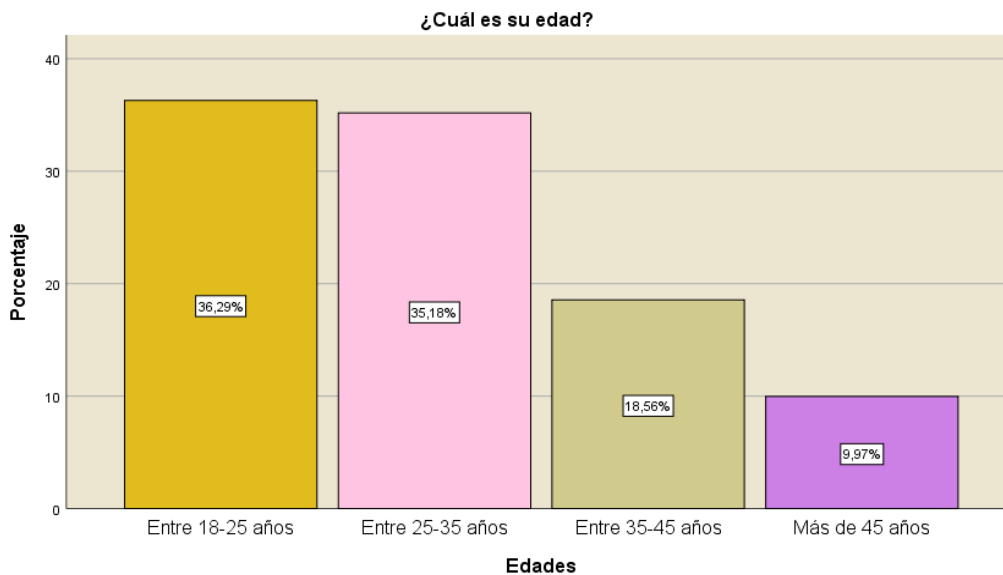
Tabla 4. Promedio de las edades del usuario encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.

		¿Cuál es su edad?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre años	18-25	131	36,29	36,29
	Entre	25-35	127	35,18	71,44

años					
Entre 35-45 años	67	18,56	18,56	90,00	
Más de 45 años	36	9,97	9,97	100,0	
Total	361	100,0	100,0		

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 2. Promedio de las edades del usuario encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

La tabla 1 muestra el porcentaje en cuanto a la edad de los usuarios que asisten a las instituciones que están siendo analizadas, en donde el 36,29 % representa a los clientes con edades entre 18 a 25 años; el 35,18% entre edades de 25 a 35 años; un 18,56% de los encuestados representan a los usuarios entre 35 a 45 años y tan sólo un 9,97 % representa a los clientes o usuarios con más de 45 años de edad.

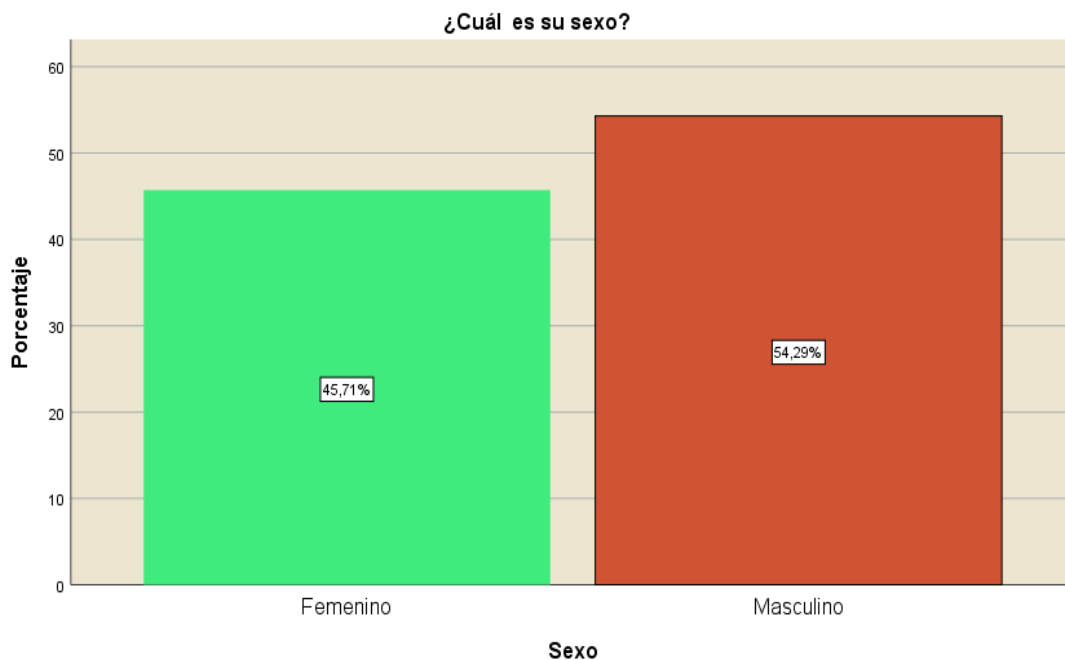
Tabla 5. Promedio del sexo de los usuarios encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.

¿Cuál es su sexo?			
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje

				válido	acumulado
Válido	Femenino	165	45,71	45,71	45,71
	Masculino	196	54,29	54,29	100,0
	Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 3. Promedio del sexo de los usuarios encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El 45,71 % de los encuestados son de sexo femenino, mientras que el 54,29 % es de sexo masculino, lo que evidencia que los usuarios que mayormente asisten a estas instituciones con el 8.58 % más son de sexo masculino.

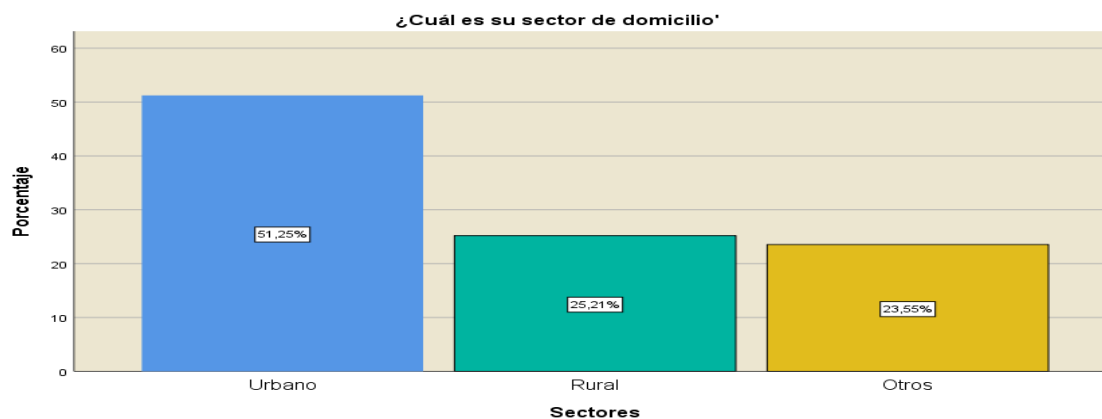
Tabla 6. Promedio del sector de los usuarios encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.

¿Cuál es su sector de domicilio?			
Frecuenc	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje

		ia		válido	acumulado
Válido	Urban	185	51,25	51,25	51,25
	o				
	Rural	91	25,21	25,21	76,46
	Otros	85	23,55	23,55	100,0
	Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 4. Promedio del sector de los usuarios encuestados de las instituciones: SRI y El Registro Civil ubicadas en el CAC de la ciudad de Milagro.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

En cuanto al sector de residencia de los usuarios que asisten a estas instituciones, se evidenció que el 51,25% de ellos procede de la zona urbana; es decir son propios de la ciudad de Milagro; un 25,21 de los encuestados contestaron que pertenecen a la zona rural, y un 23,55% contestó que vienen de otros lugares cercanos a la ciudad de Milagro.

A continuación, se procede a mostrar las siguientes variables agrupadas por el tipo de dimensión a la que pertenece.

CONFIABILIDAD

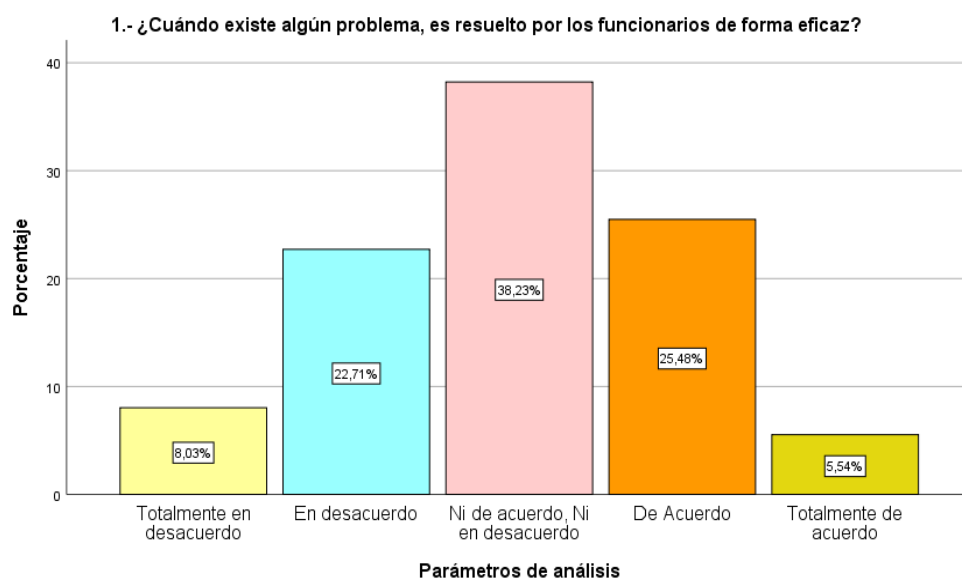
Tabla 7. Primera variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.

1.- ¿Cuándo existe algún problema, es resuelto por los funcionarios de forma eficaz?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Totalmente en desacuerdo	29	8,03	8,03	8,03
	En desacuerdo	82	22,71	22,71	30,74
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	138	38,23	38,23	68,97
	De Acuerdo	92	25,48	25,48	94,45
	Totalmente de acuerdo	20	5,54	5,54	100,0
	Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 5. Primera variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El 31,02% del total de los encuestados se identificó con estar totalmente de acuerdo (5,54%) y de acuerdo (25,48%) al momento cuándo existe algún problema, es resuelto por los funcionarios de forma eficaz, mientras que un 30,74% señalo que se encuentra totalmente en desacuerdo (8,03%) y en desacuerdo (22,71%).

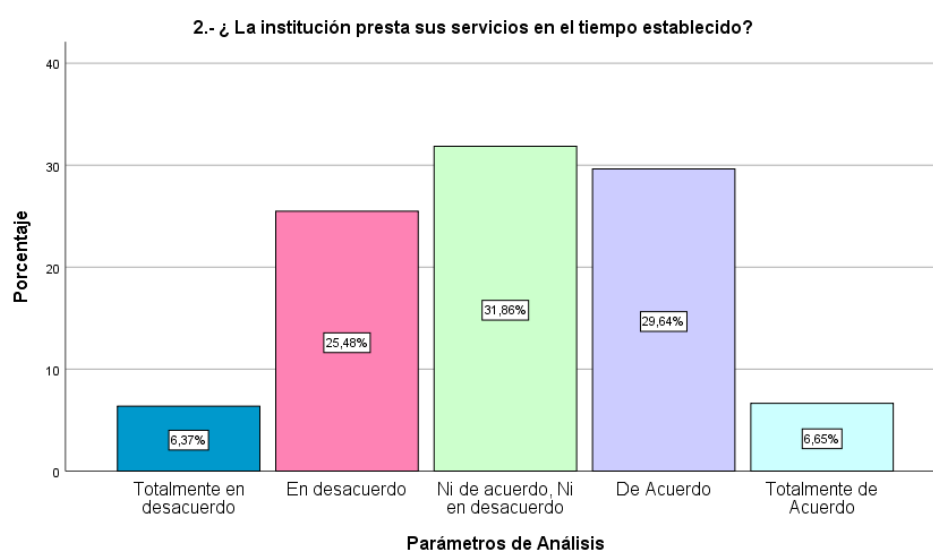
Tabla 8. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.

		2.- ¿La institución presta sus servicios en el tiempo establecido?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en	23	6,37	6,37	6,37

desacuerdo				
En desacuerdo	92	25,48	25,48	31,85
Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	115	31,86	31,86	63,71
De Acuerdo	107	29,64	29,64	93,35
Totalmente de Acuerdo	24	6,65	6,65	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 6. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS

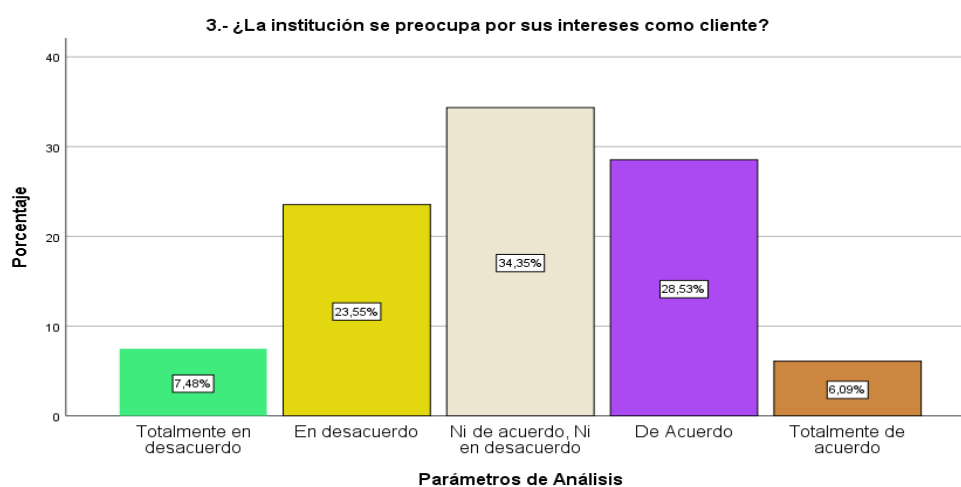
El 31,85% de los encuestados se mostró totalmente en desacuerdo (6,37%) y en desacuerdo (25,48%) sobre si la institución presta sus servicios en el tiempo establecido, mientras que un 36,29% expresó estar de acuerdo (29,64%) y totalmente de acuerdo (6,65%).

Tabla 9. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.

3.- ¿La institución se preocupa por sus intereses como cliente?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	27	7,48	7,48	7,48
En desacuerdo	85	23,55	23,55	31,03
Válid o Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	124	34,35	34,35	65,38
De Acuerdo	103	28,53	28,53	93,91
Totalmente de acuerdo	22	6,09	6,09	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 7. Tercera Variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

La tabla 9, muestra el comportamiento sobre si la institución se preocupa por sus intereses como cliente, en donde el 7,48 % está totalmente en desacuerdo; un 23,55 % en desacuerdo; un 34,35 % se mostró ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 28,53 % de los encuestados de acuerdo y apenas un 6,09 % selecciono la opción de estar totalmente de acuerdo.

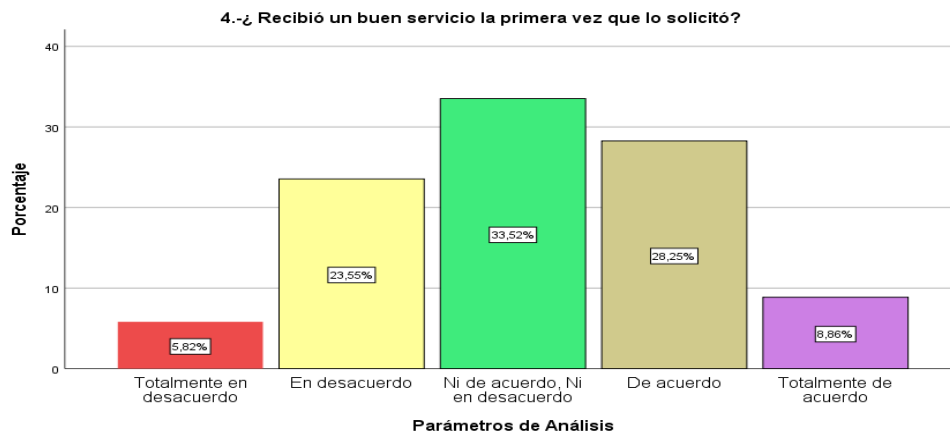
Tabla 10. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.

4.- ¿Recibió un buen servicio la primera vez que lo solicitó?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	21	5,82	5,82	5,82
	En desacuerdo	85	23,55	23,55	29,37
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	121	33,52	33,52	62,89
	De acuerdo	102	28,25	28,25	91,14

Totalmente de acuerdo	32	8,86	8,86	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 8. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

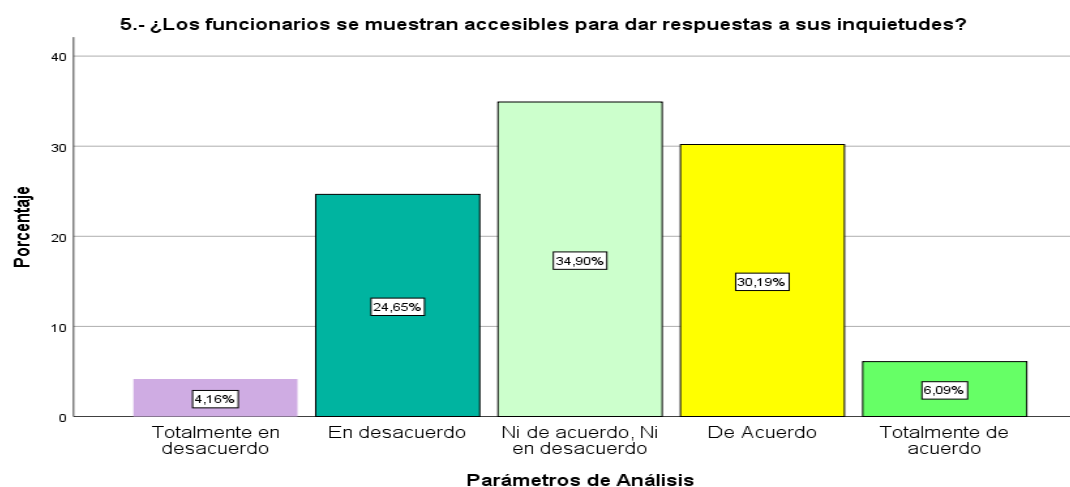
El 29,37 % del total de los encuestados mantuvo una postura totalmente en desacuerdo (5,82%) y en desacuerdo (23,55%) en cuanto a si recibió un buen servicio la primera vez que lo solicitó, mientras que el 37,11% expuso estar de acuerdo (28,25%) y totalmente de acuerdo (8,86%).

Tabla 11. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.

5.- ¿Los funcionarios se muestran accesibles para dar respuestas a sus inquietudes?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	4,16	4,16
	En desacuerdo	89	24,65	28,81
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	126	34,90	63,71
	De Acuerdo	109	30,19	93,90
	Totalmente de acuerdo	22	6,09	100,0
	Total	361	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 9. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Confiabilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El 28,81% de los clientes o usuarios expuso estar totalmente en desacuerdo (4,16%) y en desacuerdo (24,65%) sobre, los funcionarios se muestran accesibles para dar respuestas a sus inquietudes, mientras que un 36,28% mostró estar de acuerdo (30,19%) y totalmente de acuerdo (6,09%).

TANGIBILIDAD

Tabla 12. Primera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.

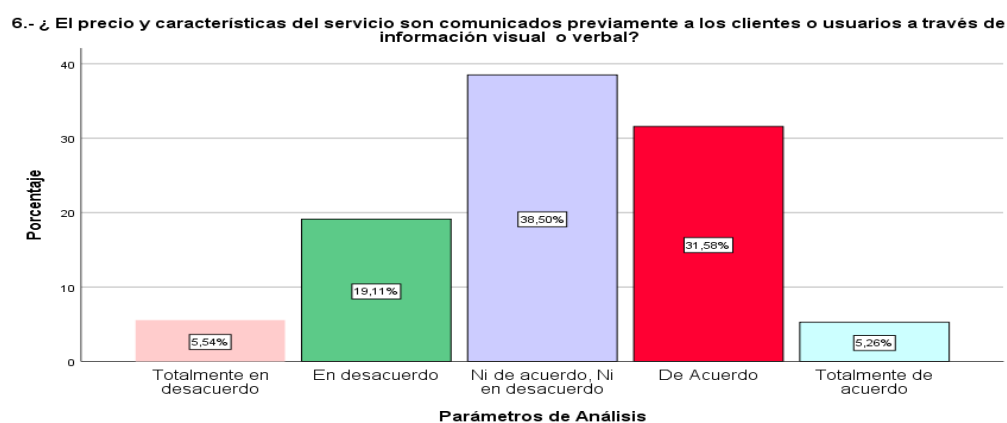
6.- ¿El precio y características del servicio son comunicados previamente a los clientes o usuarios a través de información visual o verbal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	5,54	5,54	5,54
	En desacuerdo	69	19,11	19,11	24,65

Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	139	38,50	38,50	63,15
De Acuerdo	114	31,58	31,58	94,73
Totalmente de acuerdo	19	5,26	5,26	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 10. Primera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

De los clientes o usuarios encuestados, el 24,65 % expuso estar totalmente en desacuerdo (5,54%) y en desacuerdo (19,11%) sobre si el precio y características del servicio son comunicados previamente a los clientes o usuarios a través de información visual o verbal, mientras que el 36,84 % de los usuarios indicó estar de acuerdo (31,58%) y totalmente de acuerdo (5,26%).

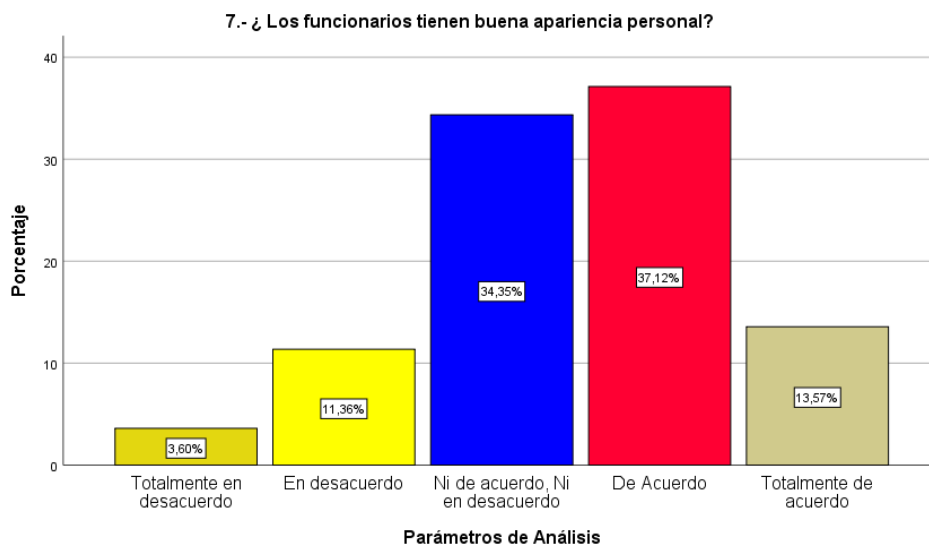
Tabla 13. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.

7.- ¿Los funcionarios tienen buena apariencia personal?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	3,60	3,60
	En desacuerdo	41	11,36	14,96
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	124	34,35	49,31
	De Acuerdo	134	37,12	86,43

Totalmente de acuerdo	49	13,57	13,57	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 11. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

En cuanto a si los funcionarios tienen buena apariencia personal, un 14,96% de los encuestados expuso estar totalmente en desacuerdo (3,60%) y en desacuerdo (11,36%), mientras que un 50,69 % mostró estar totalmente de acuerdo (13,57%) y de acuerdo (37,12%).

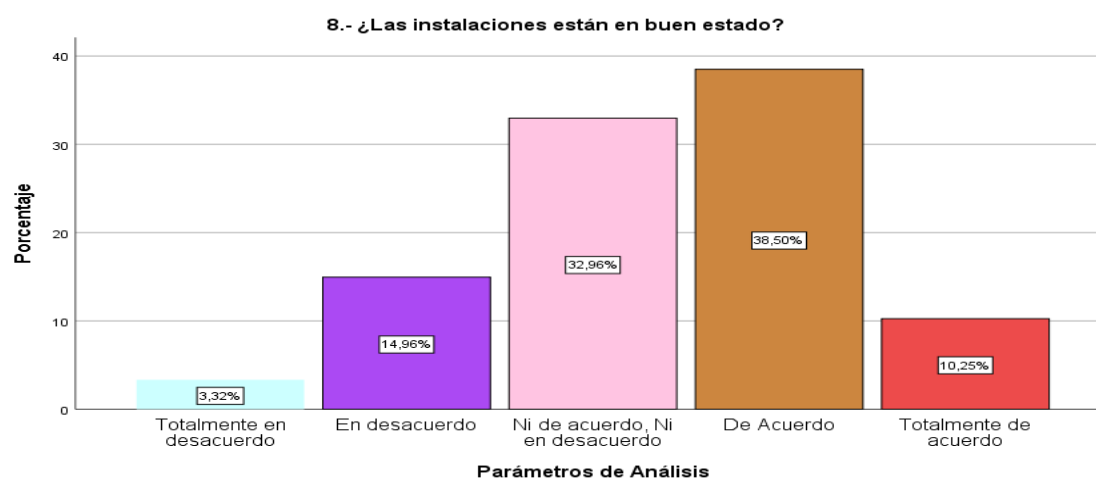
Tabla 14. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.

		8.- ¿Las instalaciones están en buen estado?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	3,32	3,32	3,32
	En desacuerdo	54	14,96	14,96	18,28

Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	119	32,96	32,96	51,24
De Acuerdo	139	38,50	38,50	89,74
Totalmente de acuerdo	37	10,25	10,25	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 12. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

En la tabla 14, sobre si las instalaciones están en buen estado, se obtuvo que sólo un 18,28 % del total de los clientes o usuarios que asisten mensualmente, están totalmente en desacuerdo (3,32%) y en desacuerdo (14,96%); por otra parte, el 48,75 % indicó estar totalmente de acuerdo (10,25%) y de acuerdo (38,50%), lo que manifiesta que las instalaciones del Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro son consideradas en buen estado en su infraestructura.

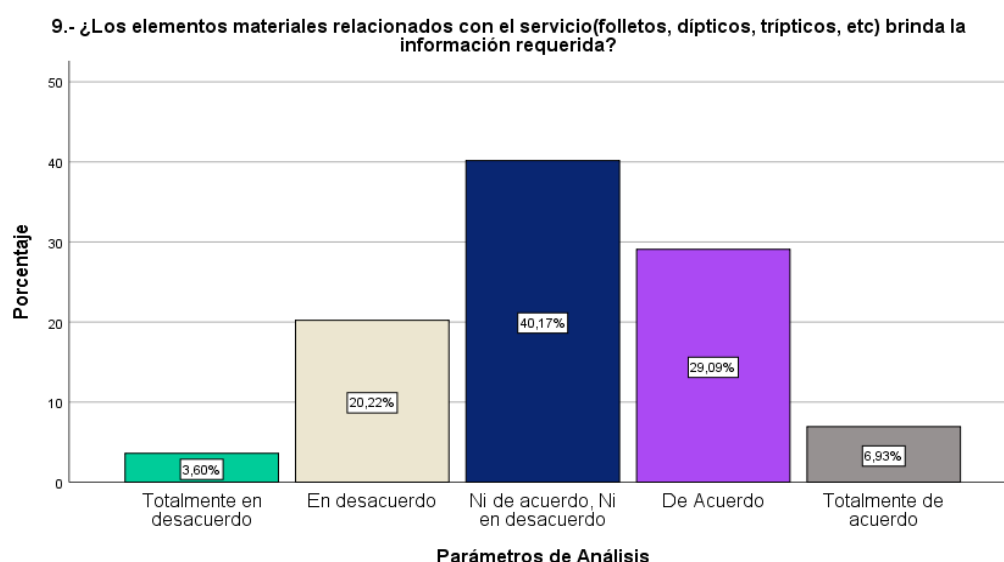
Tabla 15. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.

9.- ¿Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, dípticos, trípticos, etc.) brinda la información requerida?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Totalmente en desacuerdo	13	3,60	3,60	3,60
	En desacuerdo	73	20,22	20,22	23,82
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	145	40,17	40,17	63,99
	De Acuerdo	105	29,09	29,09	93,08
	Totalmente de acuerdo	25	6,93	6,93	100,0
	Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 13. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Del total de los usuarios encuestados un 23,82 % expuso estar totalmente en desacuerdo (3,60%) y en desacuerdo (20,22%) que los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, dípticos, trípticos, etc.) brinda la información requerida; mientras que un 36,02 % indicó estar totalmente de acuerdo (6,93%) y de acuerdo (29,09%).

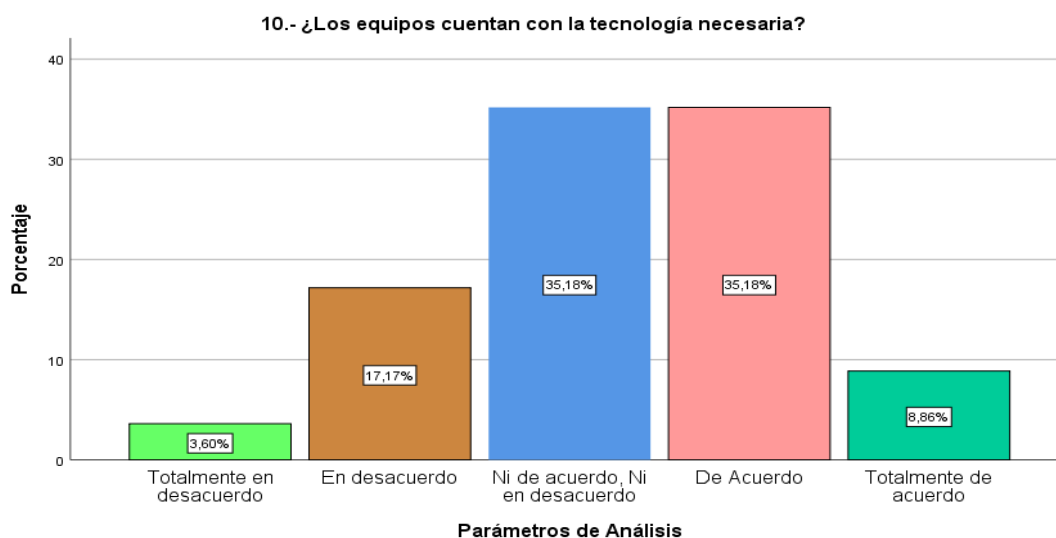
Tabla 16. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.

		10.- ¿Los equipos cuentan con la tecnología necesaria?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	3,60	3,60	3,60

En desacuerdo	62	17,17	17,17	20,77
Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	127	35,18	35,18	55,95
De Acuerdo	127	35,18	35,18	91,13
Totalmente de acuerdo	32	8,86	8,86	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 14. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Tangibilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

En la tabla 16, se muestran los resultados obtenidos sobre si los equipos cuentan con la tecnología necesaria, en dónde el 20.77 % indicó estar totalmente en desacuerdo (3,60%) y en desacuerdo (17,17%); el 44.04 % totalmente de acuerdo (8,86%) y de acuerdo (35,18%) y el porcentaje restante optó por mantenerse imparcial al respecto.

CAPACIDAD DE RESPUESTA

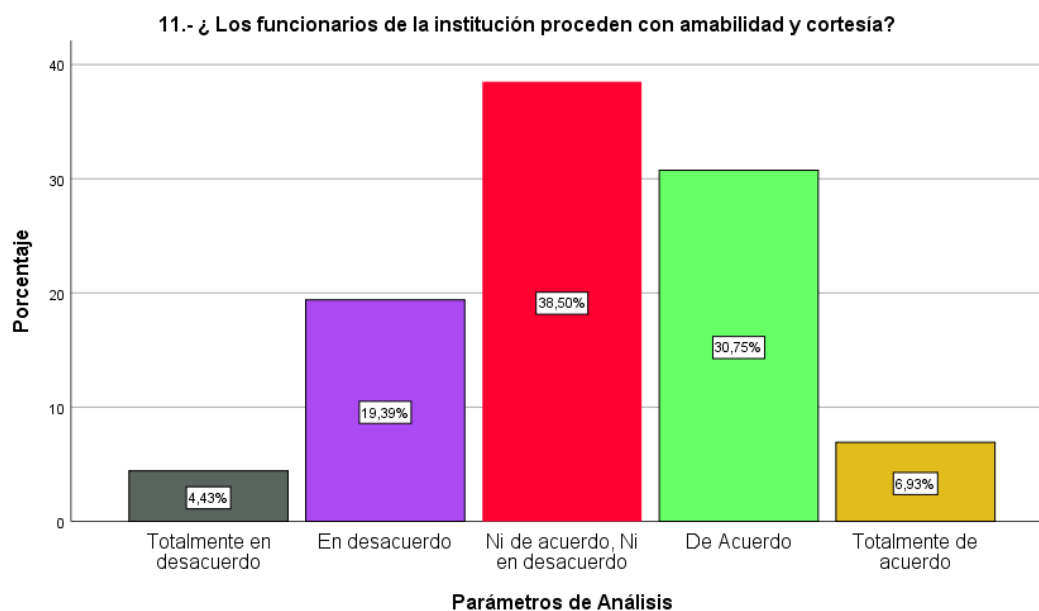
Tabla 17. Primera variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.

11.- ¿Los funcionarios de la institución proceden con amabilidad y cortesía?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

	Totalmente en desacuerdo	16	4,43	4,43	4,43
	En desacuerdo	70	19,39	19,39	23,82
Válido	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	139	38,50	38,50	62,32
	De Acuerdo	111	30,75	30,75	93,07
	Totalmente de acuerdo	25	6,93	6,93	100,0
	Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 15. Primera variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Un significativo porcentaje del 23,82 % manifestó estar totalmente en desacuerdo (4,43%) y en desacuerdo (19,39%) con que los funcionarios de la institución proceden con amabilidad y cortesía, mientras que un 37,68 % de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo (6,93%) y de acuerdo (30,75%).

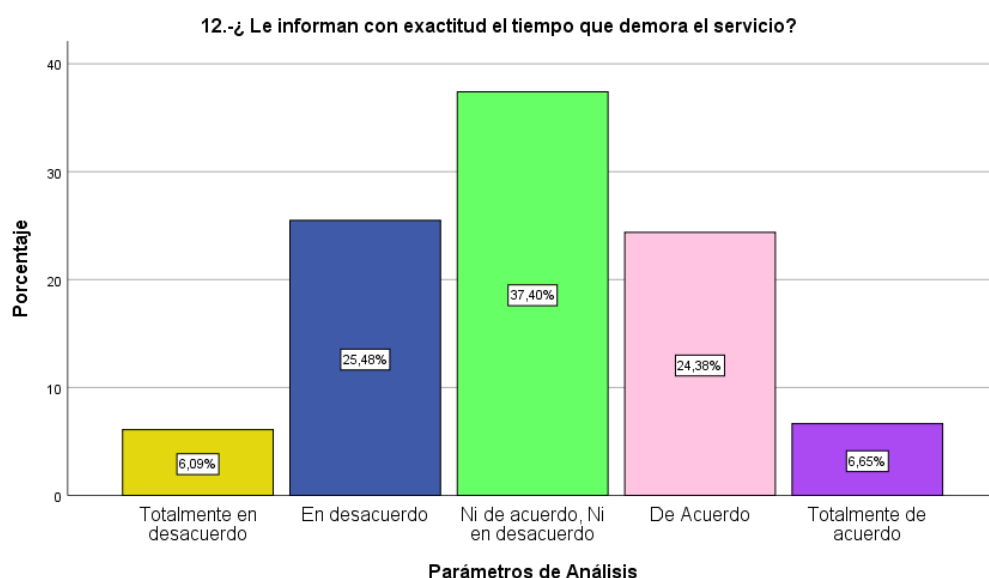
Tabla 18. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.

12.- ¿Le informan con exactitud el tiempo que demora el servicio?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	22	6,09	6,09	6,09

En desacuerdo	92	25,48	25,48	31,57
Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	135	37,40	37,40	68,97
De Acuerdo	88	24,38	24,38	93,35
Totalmente de acuerdo	24	6,65	6,65	100,00
Total	361	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 16. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

La tabla 18 muestra los datos obtenidos sobre si se informa con exactitud el tiempo que demora el servicio, a lo que un 31,57 % manifestó estar totalmente en desacuerdo (6,09%) y en desacuerdo (25,48%), mientras que con un 31,03 % indicó estar totalmente de acuerdo (6,65%) y de acuerdo (24,38%).

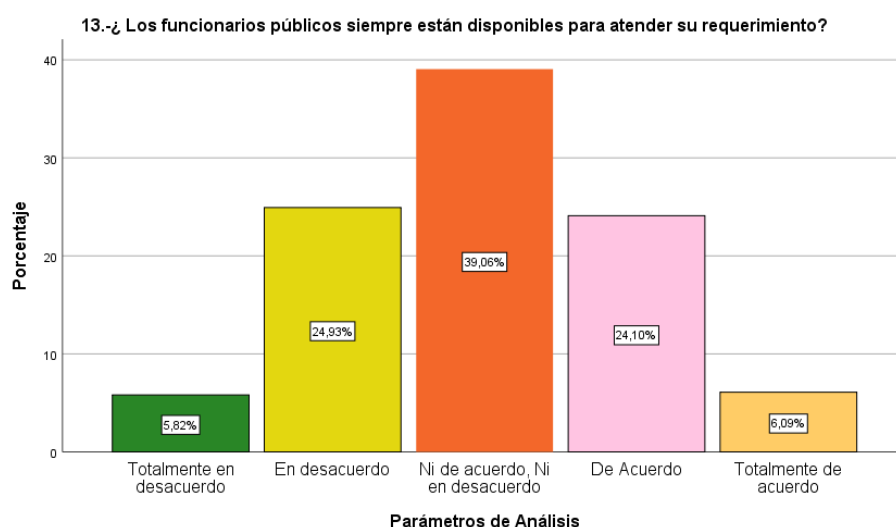
Tabla 19. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.

13.- ¿Los funcionarios públicos siempre están disponibles para atender su requerimiento?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	21	5,82	5,82
	En desacuerdo	90	24,93	30,75
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	141	39,06	69,81
	De Acuerdo	87	24,10	93,91

Totalmente de acuerdo	22	6,09	6,09	100,00
Total	361	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 17. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

La tabla 19 muestra los datos obtenidos sobre si los funcionarios públicos siempre están disponibles para atender su requerimiento, a lo que un 30,75 % manifestó estar totalmente en desacuerdo (5,82%) y en desacuerdo (24,93%), mientras que con un 30,19% indicó estar totalmente de acuerdo (6,09%) y en acuerdo (24,10%).

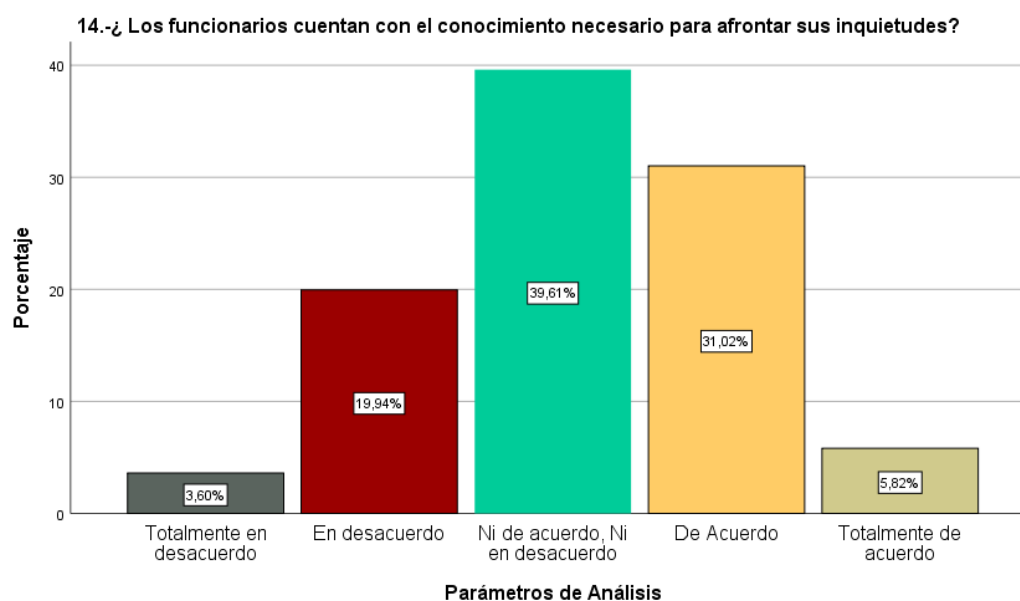
Tabla 20. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.

14.- ¿Los funcionarios cuentan con el conocimiento necesario para afrontar sus inquietudes?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	3,60	3,60	3,60
	En desacuerdo	72	19,94	19,94	23,54
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	143	39,61	39,61	63,15
	De Acuerdo	112	31,02	31,02	94,17
	Totalmente de acuerdo	21	5,82	5,82	100,0

Total 361 100,0 100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 18. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

La tabla 20 muestra los datos obtenidos sobre si los funcionarios cuentan con el conocimiento necesario para afrontar sus inquietudes, a lo que un 23,54 % manifestó estar totalmente en desacuerdo (3,60%) y en desacuerdo (19,94%), mientras que con un 36,84 % indicó estar totalmente de acuerdo (5,82%) y de acuerdo (31,02%).

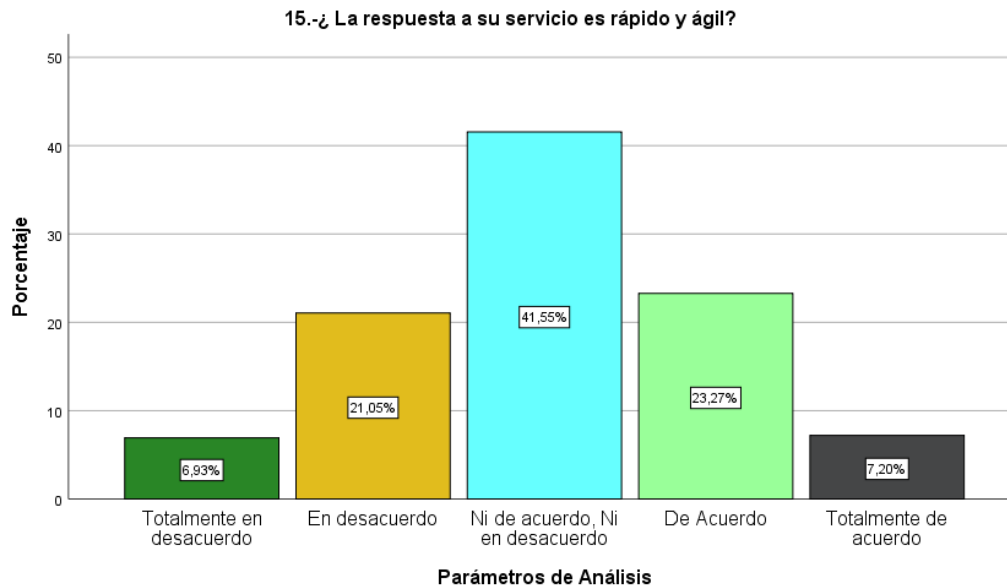
Tabla 21. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.

		15.- ¿La respuesta a su servicio es rápido y ágil?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	25	6,93	6,93	6,93
	En desacuerdo	76	21,05	21,05	27,98
	Ni de acuerdo, Ni en	150	41,55	41,55	69,53

desacuerdo				
De Acuerdo	84	23,27	23,27	92,80
Totalmente de acuerdo	26	7,20	7,20	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 19. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El 27,98 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (6,93%) y en desacuerdo (21,05%) sobre si la respuesta a su servicio es rápido y ágil; mientras un 30,47% está totalmente de acuerdo (7,20%) y de acuerdo (23,27%).

Tabla 22. Sexta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.

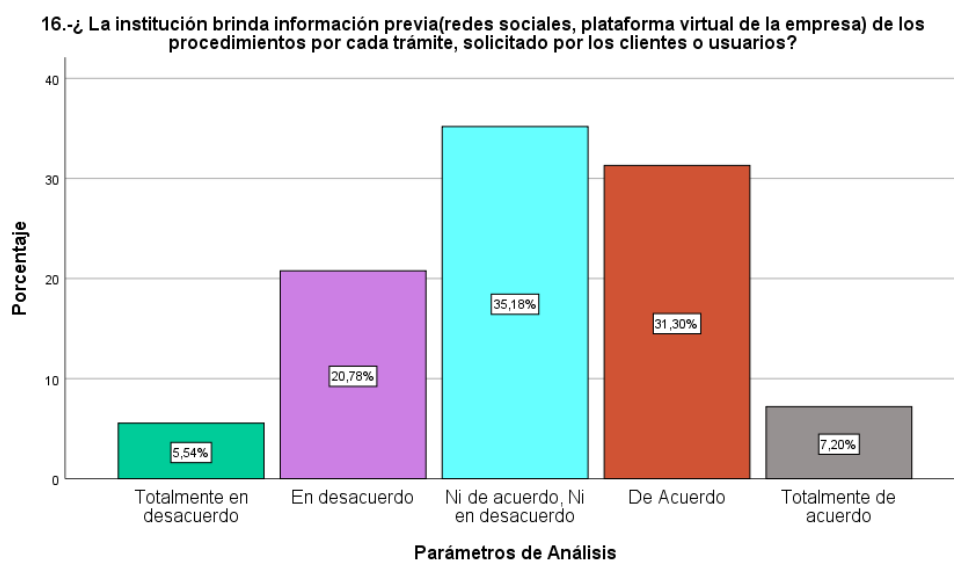
16.- ¿La institución brinda información previa (redes sociales, plataforma virtual de la empresa) de los procedimientos por cada trámite, solicitado por los clientes o usuarios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	20	5,54	5,54	5,54
En desacuerdo	75	20,78	20,78	26,32
Válido Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	127	35,16	35,16	61,48
De Acuerdo	113	31,30	31,30	92,78
Totalmente de acuerdo	26	7,20	7,20	100,0

Total 361 100,0 100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 20. Sexta variable a considerar en la dimensión de: Capacidad de Respuesta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El 26,32 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (5,54%) y en desacuerdo (20,78%) sobre la institución brinda información previa (redes sociales, plataforma virtual de la empresa) de los procedimientos por cada trámite, solicitado por los clientes o usuarios; mientras un 38,5 % está totalmente de acuerdo (7,20%) y de acuerdo (31,30%).

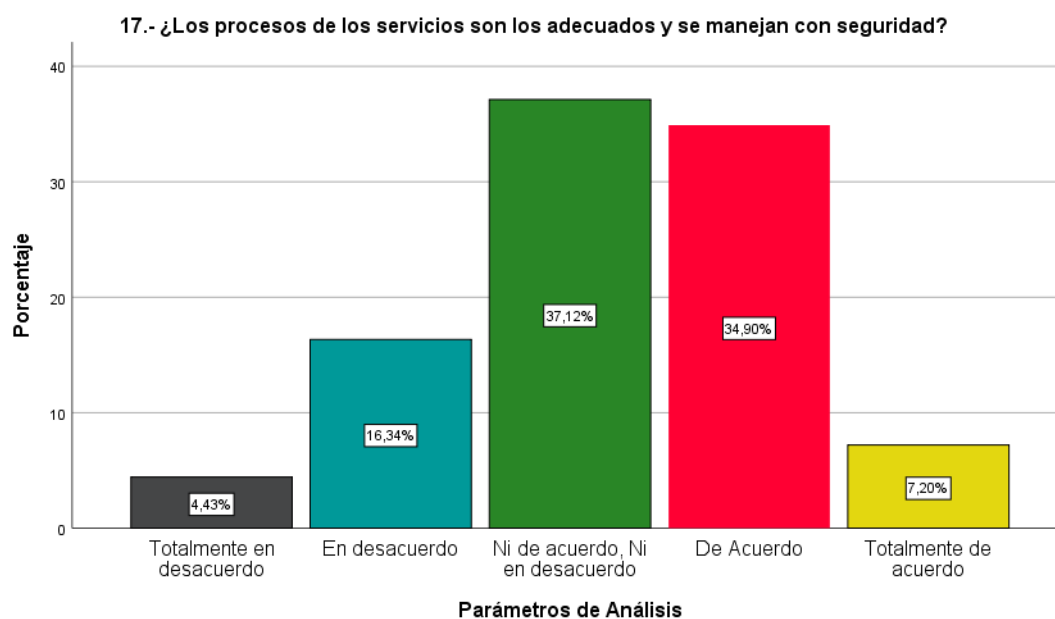
SEGURIDAD

Tabla 23. Primera variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.

17.- ¿Los procesos de los servicios son los adecuados y se manejan con seguridad?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	4,43	4,43	4,43
En desacuerdo	59	16,34	16,34	20,77
Válido Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	134	37,12	37,12	57,89
De Acuerdo	126	34,90	34,90	92,79
Totalmente de acuerdo	26	7,20	7,20	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 21. Primera variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

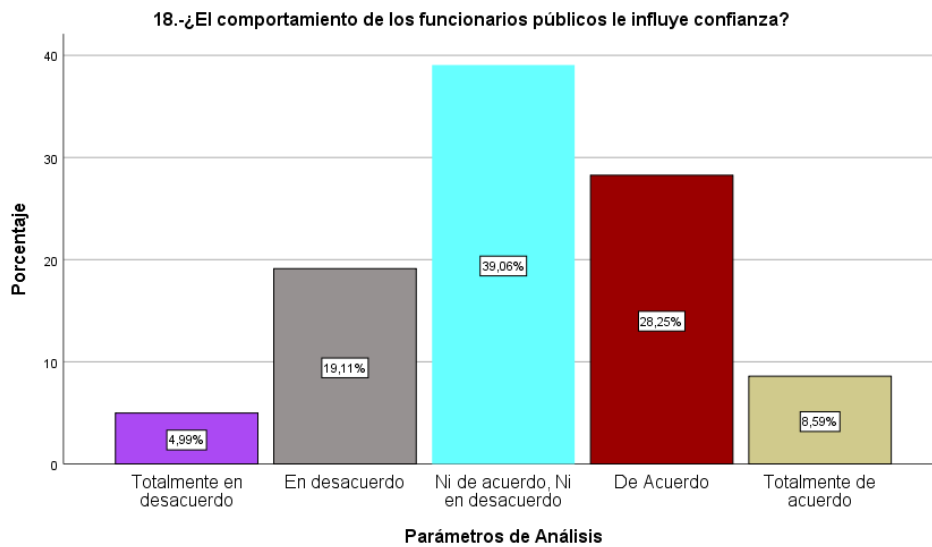
El 20,77 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (4,43%) y en desacuerdo (16,34%) sobre si los procesos de los servicios son los adecuados y se manejan con seguridad; mientras un 42,10 % está totalmente de acuerdo (7,20%) y de acuerdo (34,90%).

Tabla 24. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.

18.- ¿El comportamiento de los funcionarios públicos le influye confianza?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Totalmente en desacuerdo	18	4,99	4,99
	En desacuerdo	69	19,11	24,10
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	141	39,06	63,16
	De Acuerdo	102	28,25	91,41
	Totalmente de acuerdo	31	8,59	100,0
	Total	361	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 22. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

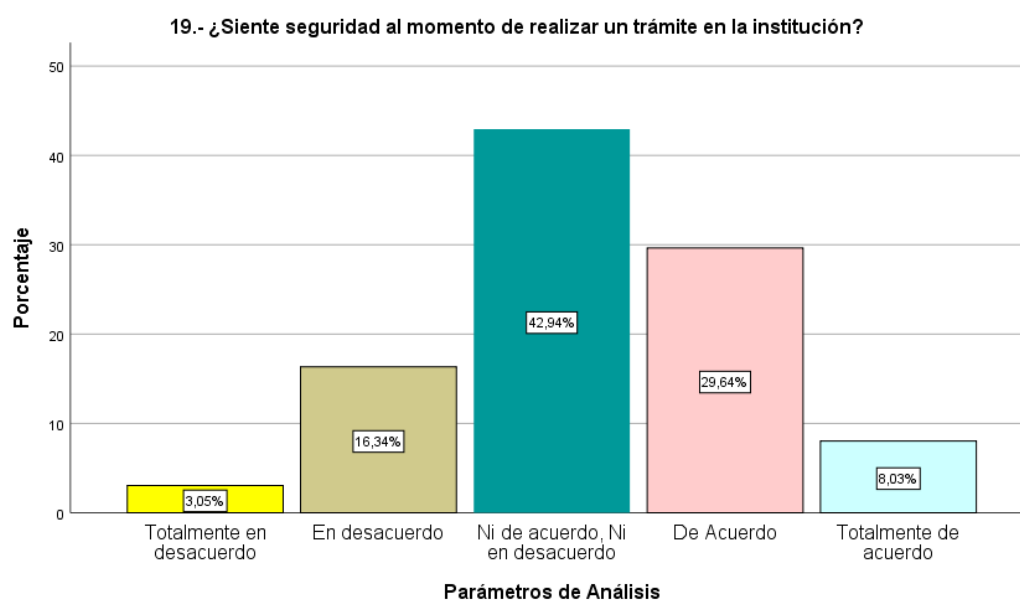
El 24,10 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (4,99%) y en desacuerdo (19,11%) sobre si el comportamiento de los funcionarios públicos le influye confianza; mientras un 36,84 % está totalmente de acuerdo (8,59%) y de acuerdo (28,25%).

Tabla 25. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.

19.- ¿Siente seguridad al momento de realizar un trámite en la institución?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Totalmente en desacuerdo	11	3,05	3,05
	En desacuerdo	59	16,34	19,39
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	155	42,94	62,33
	De Acuerdo	107	29,64	91,97
	Totalmente de acuerdo	29	8,03	100,0
	Total	361	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 23. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

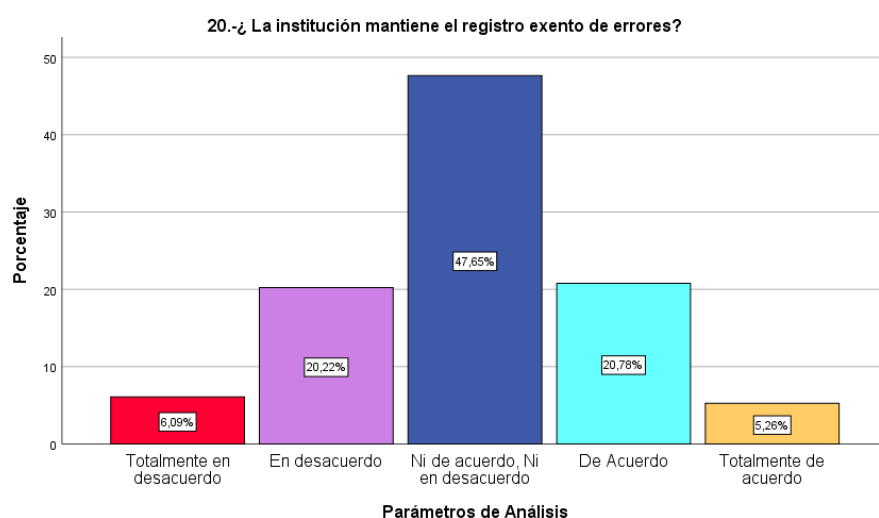
El 19,39 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (3,05%) y en desacuerdo (16,34%) sobre si siente seguridad al momento de realizar un trámite en la institución; mientras un 37,67 % está totalmente de acuerdo (8,03%) y de acuerdo (29,64%).

Tabla 26. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.

20.- ¿La institución mantiene el registro exento de errores?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	22	6,09	6,09	6,09
En desacuerdo	73	20,22	20,22	26,31
Válido Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	172	47,65	47,65	73,96
De Acuerdo	75	20,78	20,78	94,74
Totalmente de acuerdo	19	5,26	5,26	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 24. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Seguridad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El 26,31 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (6,09%) y en desacuerdo (20,22%) sobre si la institución mantiene el registro exento de errores; mientras un 26,04 % está totalmente de acuerdo (5,26%) y de acuerdo (20,78%).

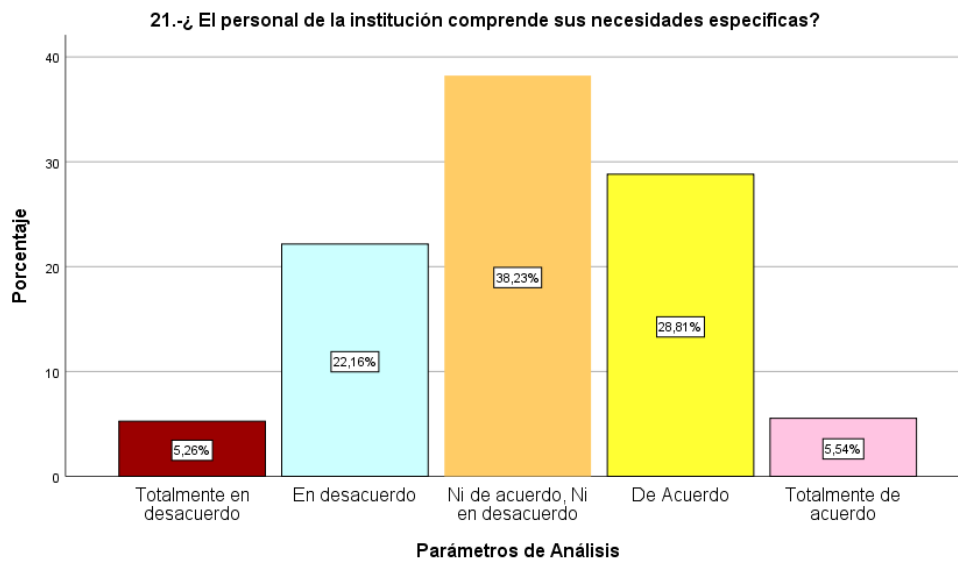
EMPATÍA

Tabla 27. Primera variable a considerar en la dimensión de: Empatía.

21.- ¿El personal de la institución comprende sus necesidades específicas?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Totalmente en desacuerdo	19	5,26	5,26	5,26
En desacuerdo	80	22,16	22,16	27,42
Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	138	38,23	38,23	65,65
De Acuerdo	104	28,81	28,81	94,46
Totalmente de acuerdo	20	5,54	5,54	100,0
Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 25. Primera variable a considerar en la dimensión de: Empatía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

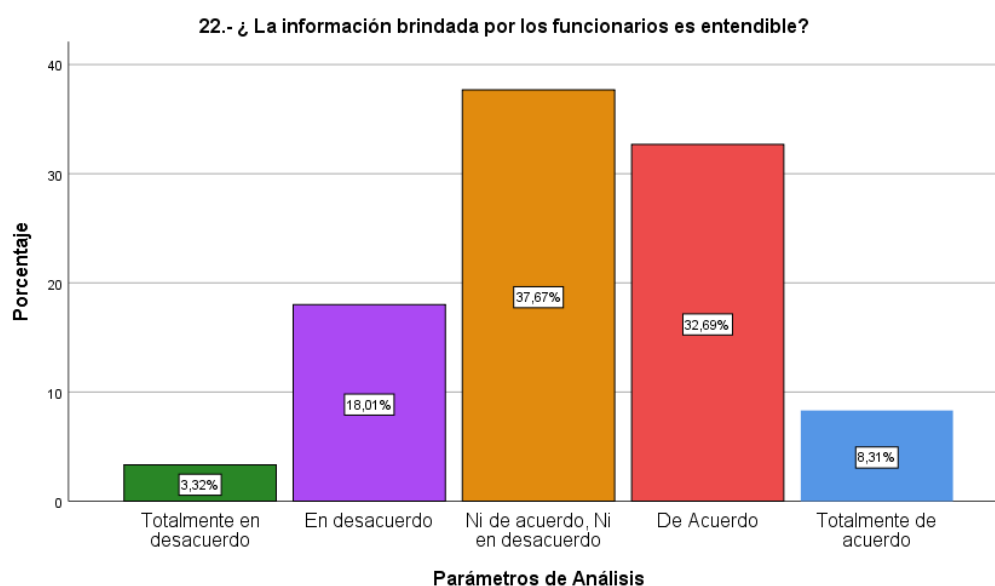
El 27,42 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (5,26%) y en desacuerdo (22,16%) sobre si el personal de la institución comprende sus necesidades específicas; mientras un 34,35 % está totalmente de acuerdo (5,54%) y de acuerdo (28,81%).

Tabla 28. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Empatía.

22.- ¿La información brindada por los funcionarios es entendible?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	3,32	3,32	3,32
	En desacuerdo	65	18,01	18,01	21,33
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	136	37,67	37,67	59,00
	De Acuerdo	118	32,69	32,69	91,69
	Totalmente de acuerdo	30	8,31	8,31	100,0
	Total	361	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 26. Segunda variable a considerar en la dimensión de: Empatía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

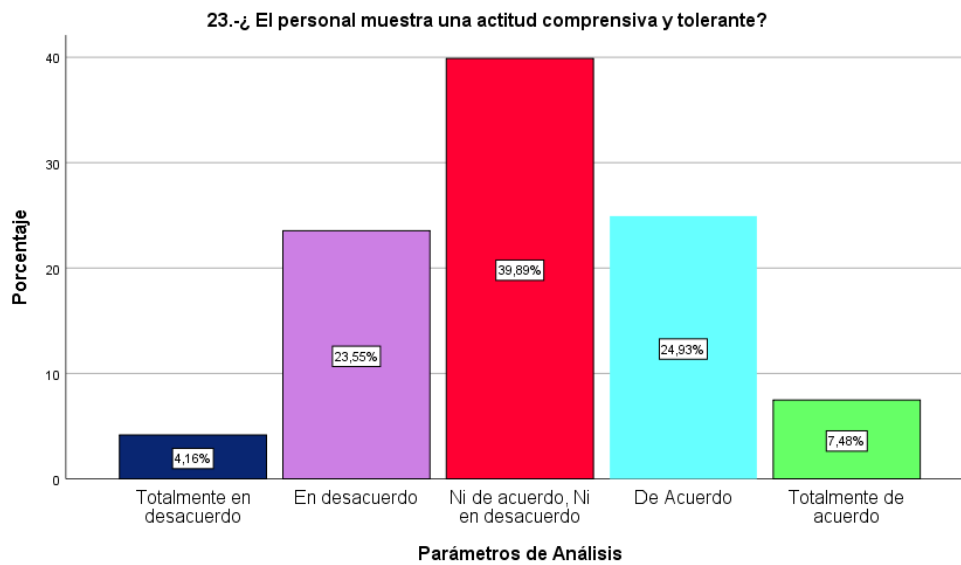
El 21,33 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (3,32%) y en desacuerdo (18,01%) sobre si la información brindada por los funcionarios es entendible; mientras un 41% está totalmente de acuerdo (8,31%) y de acuerdo (32,69%).

Tabla 29. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Empatía.

23.- ¿El personal muestra una actitud comprensiva y tolerante?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Totalmente en desacuerdo	15	4,16	4,16
	En desacuerdo	85	23,55	27,71
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	144	39,89	67,60
	De Acuerdo	90	24,93	92,53
	Totalmente de acuerdo	27	7,48	100,0
	Total	361	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 27. Tercera variable a considerar en la dimensión de: Empatía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

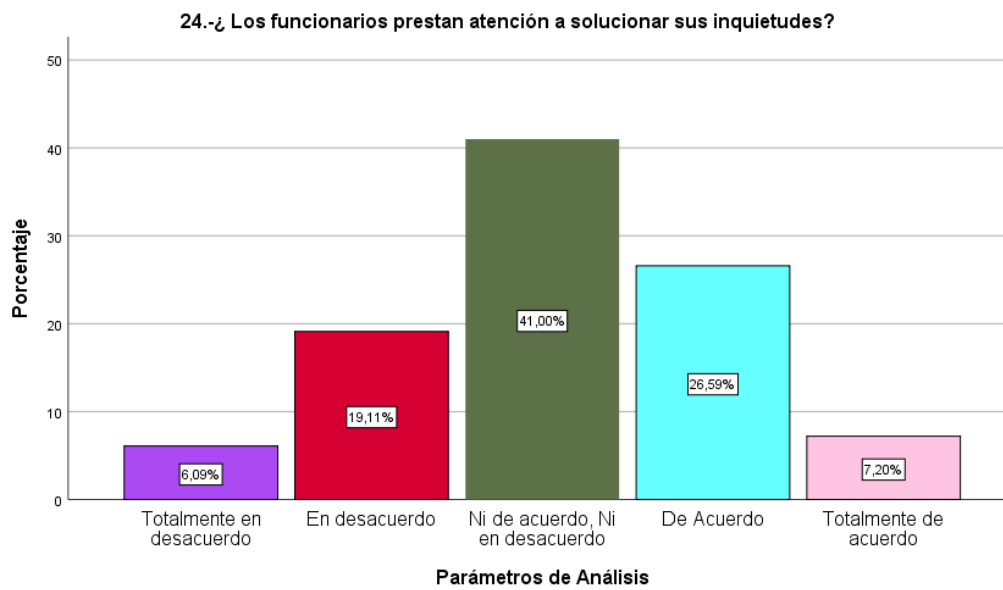
El 27,71 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (4,16%) y en desacuerdo (23,55%) sobre si el personal muestra una actitud comprensiva y tolerante; mientras un 32,41 % está totalmente de acuerdo (7,48%) y de acuerdo (24,93%).

Tabla 30. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.

24.- ¿Los funcionarios prestan atención a solucionar sus inquietudes?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	22	6,09	6,09
	En desacuerdo	69	19,11	25,20
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	148	41,00	66,20
	De Acuerdo	96	26,59	92,79
	Totalmente de acuerdo	26	7,20	100,0
	Total	361	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 28. Cuarta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

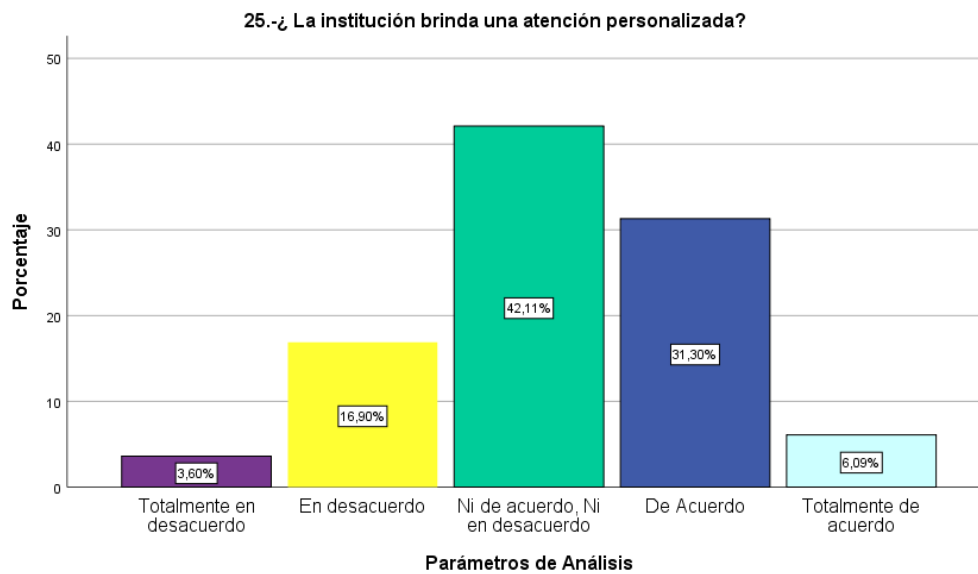
El 25,20 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (6,09%) y en desacuerdo (19,11%) sobre si los funcionarios prestan atención a solucionar sus inquietudes; mientras un 33,79 % está totalmente de acuerdo (7,20%) y de acuerdo (26,59%).

Tabla 31. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.

25.- ¿La institución brinda una atención personalizada?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	3,60	3,60
	En desacuerdo	61	16,90	20,50
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	152	42,11	42,11
	De Acuerdo	113	31,30	93,91
	Totalmente de acuerdo	22	6,09	100,0
	Total	361	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 29. Quinta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

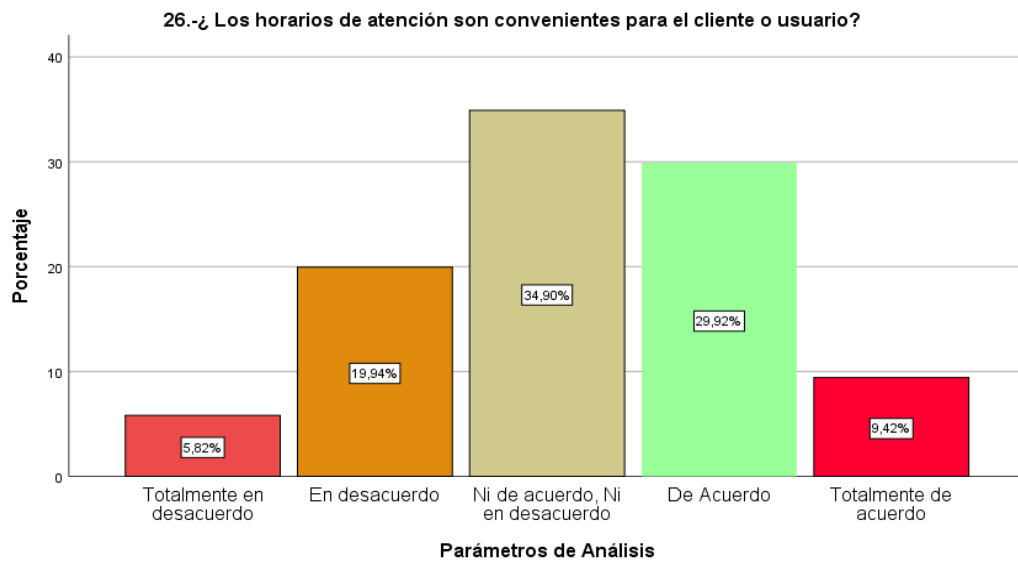
El 20,50 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (3,60%) y en desacuerdo (16,90%) sobre si la institución brinda una atención personalizada; mientras un 37,39 % está totalmente de acuerdo (6,09%) y de acuerdo (31,30%).

Tabla 32. Sexta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.

26.- ¿Los horarios de atención son convenientes para el cliente o usuario?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Totalmente en desacuerdo	21	5,82	5,82
	En desacuerdo	72	19,94	25,76
	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	126	34,90	60,66
	De Acuerdo	108	29,92	90,58
	Totalmente de acuerdo	34	9,42	100,0
	Total	361	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Ilustración 30. Sexta variable a considerar en la dimensión de: Empatía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El 25,76 % del total de los encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo (5,82%) y en desacuerdo (19,94%) sobre si los horarios de atención son convenientes para el cliente o usuario; mientras un 39,34 % está totalmente de acuerdo (9,42%) y de acuerdo (29,92%).

3.4 Correlación Bayesiana.

Tabla 33. Correlación entre variables.

Caracterización de distribución posterior para correlaciones por parejas			
			17.- ¿Los
			procesos de
		4.-¿ Recibió	los servicios
		un buen	son los
		servicio la	adecuados y
		primera vez	se manejan
		que lo	con
		solicitó?	seguridad?
		Moda	,473
	Posterior	Media	,470
		Varianza	,002
		Límite	,390
4.-¿ Recibió un buen		inferior	
servicio la primera	95% Intervalo	Límite	,550
vez que lo solicitó?	creíble	superior	
	N		361
		Moda	,473
	Posterior	Media	,470
		Varianza	,002
		Límite	,390
17.- ¿Los procesos de		inferior	
los servicios son los	95% Intervalo	Límite	,550
adecuados y se	creíble	superior	
manejan con			
seguridad?	N		361

a. El análisis asume previas de referencia ($c = 0$).

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

Tabla 34. Inferencia de factor Bayes en correlaciones por parejas.

		4.-¿ Recibió un buen servicio la primera vez que lo solicitó?	17.- ¿Los procesos de los servicios son los adecuados y se manejan con seguridad?
	Correlación de Pearson	1	,474
	Factor Bayes		,000
	N	361	361
	Correlación de Pearson	,474	1
	Factor Bayes	,000	
	N	361	361

a. Factor Bayes: hipótesis nula versus hipótesis alternativa

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El intervalo de 95% de credibilidad del coeficiente de correlación de Pearson para el buen servicio es de (0,390 a 0,550), y para los procesos de los servicios es de (0,390 a 0,550), por lo tanto, la correlación no difiere y nos da una evidencia anecdótica.

3.5 Prueba de Chi-Cuadrado.

Tabla 35. ANOVA con Prueba de Friedman.

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	Chi-cuadrado de Friedman	Sig
Inter	sujetos	535,011	360	1,486		
Intra	Entre elementos	3,191 ^a	1	3,191	5,908	,015
	Residuo	191,809	360	,533		
	Total	195,000	361	,540		
Total		730,011	721	1,012		

Media global = 3,17

a. Coeficiente de concordancia de W = ,004.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

El objetivo de esta prueba Chi-cuadrado de Friedman es comprobar la hipótesis mediante el nivel de significación, por lo que si el valor de la significación es: \geq Alfa (0.05), se acepta la hipótesis, pero si es \leq se rechaza.

La tabla titulada Pruebas de chi-cuadrado nos muestra el valor del estadígrafo corrección por continuidad, cuyo valor fue de 5,908. Con un nivel de significación del 5% hay suficiente evidencia para plantear que las variables buen servicio y procesos de los servicios están relacionadas (se rechaza la hipótesis nula de independencia por tanto existe asociación entre las variables).

3.6 Prueba de T cuadrado de Hotelling.

Tabla 36. Prueba de T cuadrado de Hotelling

Prueba de T cuadrado de Hotelling				
T cuadrado de Hotelling	F	gl1	gl2	Sig
5,989	5,989	1	360	,015

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el programa SPSS.

En la Prueba de T cuadrado de Hotelling donde se analizó estas dos variables que son: ¿Recibió un buen servicio la primera vez que lo solicitó? Y ¿Los procesos de los servicios son los adecuados y se manejan con seguridad?, nos reflejó un valor de probabilidad alto de 5,989 esto nos quiere decir que tiene un alto grado de efectividad en el estudio que se está realizando.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Con la aplicación del modelo SERVQUAL nos permitió analizar e identificar varios factores que influyen en el nivel de la satisfacción de los usuarios al recibir los servicios que presta estas dos instituciones públicas que son el Registro civil y el Servicio de Rentas Internas (SRI) que se encuentran ubicadas en el “Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro”.

Los resultados que se encontraron permitieron evaluar el objetivo principal y los objetivos específicos en los que se basó el presente proyecto investigativo, los mismos que serán descritos y puestos a consideración a continuación:

- Se ha determinado que el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Registro Civil tienen un índice desfavorable en lo que respecta a la imagen corporativa, esto se da porque desconocen las percepciones de los usuarios.
- Los usuarios concluyen que los funcionarios no están debidamente capacitados, es por esta razón que los procesos y la atención no se brinda adecuadamente.
- El porcentaje estadístico no varía mucho, pero si influye en el desconocimiento de los servicios online por lo que retrasaría los procesos y el sistema tendría muchos errores.
- El mayor número clientes manifiestan que las dos organizaciones tienen buena estructura organizacional, pero si hay percances que se debe mejorar para brindar un buen servicio.
- El retraso de los procesos de los trámites y el tiempo de espera de los usuarios, siempre es tedioso para los clientes por esta razón que hay quejas y malestar por el servicio que reciben.
- Cabe mencionar que en cuanto a las dimensiones analizadas por el Modelo SERVQUAL, tales como: confiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad; se determinó que de manera general dichas dimensiones cuentan con un porcentaje considerable de inconformidad en los usuarios encuestados, situando de

esta manera a las instituciones estudiadas en sobre aviso de tomar medidas correctivas prontamente.

RECOMENDACIONES

- Los directivos deben invertir en recursos para diseñar su imagen corporativa, aplicar buenas estrategias y herramientas de comunicación.
- Las empresas para disminuir los costos y aumentar la competitividad debe estructurar un buen plan de capacitación al personal, porque es fundamental para su desarrollo y de esta manera pueda brindar un servicio de calidad.
- Se debe tener un mantenimiento constante en la plataforma virtual de las empresas, el personal adecuado para realizar el manejo del sistema, especificar correctamente lo que se desea registrar para evitar errores y el proceso sea más rápido.
- Los directivos deben compartir con los funcionarios el Manual de Operaciones para que se puedan desarrollar mejoras en las actividades y los servicios que brindan.
- Se debe informar a todos los usuarios por medio de diferentes medios de comunicación sobre todos los servicios que se brinda, cual es el proceso que tiene que seguir para ser atendidos y de esta manera no pierdan tiempo. El personal debe ser ágil para que el cliente no se moleste por esperar mucho y que sea atendido de una manera cordial.
- Se debe establecer las situaciones actuales de las empresas con las satisfacciones de los usuarios, para realizar las mejoras respectivas de acuerdo al resultado estadístico.
- El Registro Civil debe tener que aplicar un mejor método o modelo para obtener una calificación del usuario por el servicio que brindan, ya que la mayoría de clientes no deja ningún comentario en el buzón de sugerencias.

Los procedimientos que se han aplicado en esta investigación contribuyen a la satisfacción y comportamiento del usuario y de esta manera se podrá adaptar la metodología de la aplicación del modelo SERVQUAL y poder medir la satisfacción del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

(s.f.).

Acreditacionecuador. (26 de abril de 2018). Recuperado el 22 de julio de 2019, de <https://www.acreditacion.gob.ec/calidad-en-los-servicios-publicos/>

aiteco. (16 de Julio de 2019). *aiteco Consultores, Desarrollo y Gestión*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

aiteco. (16 de Julio de 2019). *aiteco Consultores, Desarrollo y Gestión*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios* (Primera ed.). (C. C. Amigón, Ed.) Naucalpan de Juárez, Estado de México, México: Person. Recuperado el 17 de Julio de 2019

B.J.Hodge, Anthony, W. P., & Gales, L. M. (2013). *Teoría de la Organización Un enfoque estratégico* (sexta ed.). (D. F. Aragón, Ed.) Madrid, España: Pearson Educación. Recuperado el 17 de Julio de 2019

Bazaga, M. (3 de Mayo de 2016). *Nexo psicología aplicada*. Obtenido de <http://www.nexopsicologia.com/articulos/la-empatia>

BAZAN, A. G. (2013). *“PROPUESTA DE UN SISTEMA DE EVALUACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE SALUD*. La Libertad-Santa Elena. Ecuador: UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA SANTA ELENA. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <http://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/971>

Besterfield, D. H. (2009). *Control de Calidad*. (L. M. Castillo, Ed.) Naucalpan de Juárez, Estado de México, México: Pearson Educación. Recuperado el 17 de Julio de 2019

Bravo, L. D., García, U. T., Hernández, M. M., & Ruiz, M. V. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, pp. 162-167. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727066>

- BUNGE, M. (2007). *La investigación científica*. México, Siglo XXI. Recuperado el 22 de julio de 2019, de https://users.dcc.uchile.cl/~cguierr/cursos/INV/bunge_ciencia.pdf
- Calderón, C. (19 de Marzo de 2015). *Infojobs*. Recuperado el 17 de Julio de 2019, de <https://orientacion-laboral.infojobs.net/empatia-trabajo>
- Cerna, E. S. (2015). Aplicación del Modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10269/1/UPS-GT001302.pdf>
- Chaves, N. (2007). *La Imagen Corporativa* (tercera ed.). Barcelona, España: Gustavo Gili, SL. Recuperado el 17 de Julio de 2019
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos: El Capital Humano de las organizaciones*. México.
- Chiner, E. (2011). INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA MEDIANTE ENCUESTAS. *RUA*, 1-18. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Colmenares, O. A., & Saavedra, J. L. (28 de Septiembre de 2014). Aproximación teórica de los modelos conceptuales. *Técnica Administrativa*, 06(04). Recuperado el 15 de Julio de 2019, de <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>
- Covarrubias, G. C., & Martínez, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai VII (13)*, 45-60. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Domínguez, Y. S. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Scielo*. Recuperado el 22 de julio de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662007000300020
- Escudero, M. J. (2011). *Gestión Comercial y servicio de atención al cliente* (2011 ed.). (C. L. Carmona, Ed.) Madrid, España: Paraninfo S.A. Recuperado el 17 de Julio de 2019
- Fernández, D., & Fernández, E. (2010). *Comunicación Empresarial y atención al cliente* (Primera ed.). (C. L. Carmona, Ed.) Madrid, España: Paraninfo. Recuperado el 17 de Julio de 2019

- Fessard, J.-L. (2013). *El tiempo del servicio: el reto del tiempo en las actividades de servicio*. Barcelona, España: Marcobombo. Recuperado el 17 de Julio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=d8Wp7f3LpXYC&pg=PA21&dq=articulos+tiempo+de+espera+en+la+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwik5vPi8LzjAhWCTd8KHdtkARgQ6AEIOjAD#v=onepage&q&f=false>
- Garvin, D. E. (1998). *Administración por calidad*. Universidad La Sabana. Recuperado el 17 de Julio de 2019
- González, M., & Olivares, S. (2011). *Comportamiento Organizacional: Un enfoque latinoamericano*. México D.F, México: Patria. Recuperado el 17 de Julio de 2019
- Guerrero, G. R. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL). *COLCIENCIAS*, Pág.54-64. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225033236006>
- Hernández, J., Chumeceiro, A. C., & Cárdenas, E. A. (01 de Julio de 2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(47), 458-472. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000300009
- Huertas, R., & Galcerán, R. D. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios turísticas*. (G. R. S.I, Ed.) Barcelona, ESPAÑA: UNIVERSITAT DE BARCELONA. Recuperado el 30 de Julio de 2019, de https://books.google.com.ec/books?id=SfG3K8lz52gC&pg=PA255&dq=modelo+servqual&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiN4oeviZTjAhVMuVkkHYx_AIIQ6AEIODAE#v=onepage&q=modelo%20servqual&f=false
- Ibarra, L. E. (2015). *Los Modelos Servperf y Servqual*. (EAE, Ed.) Ilustrada. Recuperado el 01 de Julio de 2019, de https://books.google.com.ec/books?id=zFawjgEACAAJ&dq=modelo+servqual&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiN4oeviZTjAhVMuVkkHYx_AIIQ6AEILzAC
- IND, N. (1992). *LA IMAGEN CORPORATIVA* (DIAZ DE SANTOS ed.). Madrid, España: KOGAN PAGE Ltd. Recuperado el 17 de Julio de 2019, de

<https://books.google.com.ec/books?id=-MLwmsABLFQC&printsec=frontcover&dq=imagen+corporativa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiHvcKS5bzjAhWHT98KHfwGAtUQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>

Jiménez, A. R., & Jacinto, O. A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Escuela de Administración de Negocios EAN*, pp. 1-26. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

Jones, G. R. (2008). *Teoría Organizacional, Diseño y Cambio en las organizaciones* (Quinta ed.). (P. M. Rosas, Ed.) Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación. Recuperado el 17 de Julio de 2019

L.Porta, & M.Silva. (2019). “La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido. *Anuario Digital de Investigación Educativa*, 14. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/An%C3%A1lisis-de-contenido-en-investigaci%C3%B3n-educativa-UNMP-UNPA-2003.pdf.pdf>

López, M. B., Filippetti, V. A., & Richaud, M. C. (2014). Empatía: desde la percepción automática hasta los procesos controlados. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1), 16. doi:dx.doi.org/10.12804/apl32.1.2014.03

Marquéz, O. (2002). *El proceso de la investigación en los procesos sociales*. Venezuela : Universidad Ezequiel Zamora .

Matsumoto, R. (06 de Septiembre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *SCIELO*(34). Recuperado el 16 de Julio de 2019, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005

Matsumoto, R. (Octubre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, 17(33), 181-209. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005

- Ministerio del Interior. (16 de Febrero de 2017). *Ministerio del Interior*. Obtenido de <https://www.ministeriointerior.gob.ec/centro-de-atencion-ciudadana-beneficiara-a-mas-de-134-000-mil-habitantes-en-milagro/>
- Olvera, I., & Scherer, A. O. (2009). *El cliente y la calidad en el servicio*. México D.F, México: Editorial Trillas. Recuperado el 17 de Julio de 2019
- Olvera, I., & Scherer, A. O. (2009). *El cliente y la calidad en el servicio*. México D.F, México: Trillas. Recuperado el 17 de Julio de 2019
- Parra, C., & Rodríguez, F. (Junio de 2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Revista de Investigación, Desarrollo e innovación*, 6(2), 13. Recuperado el 17 de Julio de 2019, de https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/download/4602/3821/0
- Pintado, M. T., & Sánchez, J. (2013). *Imagen corporativa : influencia en la gestión empresarial* (Vol. 2). Madrid, España: ESIC. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=x98cgeMFA30C&oi=fnd&pg=PA12&dq=imagen+corporativa&ots=XC7QjvM_z7&sig=IEvSej0NWbkqI6ncWkZc1Trvseg#v=onepage&q&f=false
- Presidencia de la República del Ecuador. (16 de Febrero de 2017). *Presidencia de la República del Ecuador*. Recuperado el 01 de Julio de 2019, de <https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/2017.02.16-INAUGURACION-CENTRO-DE-ATENCION-CIUDADANA-MILAGRO-INTERCONECTADO-CON-BAHIA.pdf>
- REGISTRO CIVIL. (17 de JULIO de 2019). *REGISTRO CIVIL*. Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/resena-historica/>
- Sampieri, R. H. (1991). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN*. México : McGraw_Hill.
- Sanchís, J. R., & Ribeiro, D. (1999). *Creación y dirección de Pymes* (Diaz de Santos S.A ed.). Madrid, España: Diaz de Santos S.A. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=c75EkND6JncC&pg=PA247&dq=definicion+de+calidad&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwj24vmH6ZLjAhUFxVkkHWGJAWoQ6AEIYTAJ#v=onepage&q=definicion%20de%20calidad&f=false

Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=ZjSuCAAQBAJ&pg=PA73&lpg=PA73&dq=en+los+que+se+recopila+la+informaci%C3%B3n+necesaria+de+una+vez,+utilizando+una+%C3%BAnica+muestra+de+la+poblaci%C3%B3n+que+interesa+analizar&source=bl&ots=Ebbn1hsapd&sig=ACfU3U3rTP5mqM>

SRI. (17 de JULIO de 2019). *SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>

Velazco, J. H., Chumaceiro, A. C., & Cárdenas, E. A. (16 de Septiembre de 2012). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *SCIELO*, 14(47). Recuperado el 15 de Julio de 2019, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000300009

Villacis, J. L. (Junio de 2018). La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente: Binomio clave en Agencias de Viajes en Ecuador. *Memorialia*(15), 14. Recuperado el 15 de Julio de 2019, de <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO15.pdf>

ANEXOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
INGENIERIA COMERCIAL

ENTREVISTA

Empresa:	Registro Civil	Fecha: 25 de Junio del 2019
Profesional:	Ing. Fresia Arroyo Rendón	
Cargo:	Analista de Agencia de Registro Civil de Milagro.	

1.- ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES SERVICIO QUE OFRECE?

Los principales servicio son cedulación tanto primera vez como renovación, inscripción de nacimiento, acta de defunción, inscripción de matrimonio y registro de unión de hechos.

2.- ¿CON CUÁNTOS USUARIOS TRABAJA LA INSTITUCIÓN A NIVEL DE LA CIUDAD DE MILAGRO?

Nosotros atendemos acerca de 3000 usuarios tanto de la ciudad de Milagro como de cantones y parroquias aledañas.

3.- ¿ALGUNA VEZ SE HAN PRESENTADO QUEJAS EN ALGUNOS DE SUS SERVICIOS OFRECIDOS?

Bueno hasta el momento no se ha presentado ninguna queja ya que ha sido un servicio que se les ofrece a la ciudadanía con calidad y calidez.

4.- ¿SE REALIZAN CAPACITACIONES CONTINUAS PARA MANTENER A LOS EMPLEADOS APTOS EN LA REALIZACIÓN DE SUS LABORES?

Si, a los empleados se realiza constantemente capacitaciones, socializaciones tanto de los servicios que siempre se van actualizando como es también el certificado electrónico, que también la ciudadanía lo puede obtener mediante desde su comodidad de su casa.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
INGENIERIA COMERCIAL**

5.- ¿CON QUE FRECUENCIA SE SUSCITAN PROBLEMAS EN EL SISTEMA DIGITAL DE LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE?

Para brindarle un mejor servicio a la ciudadanía y que cada vez se esté implementando nuevos sistemas, con la frecuencia de una vez por semana esto realiza por una hora.

6.- ¿ANTERIORMENTE LA INSTITUCIÓN HA APLICADO UN MODELO PARA EVALUAR LA CALIDAD DEL SERVICIO?

Nosotros tenemos un buzón en la cual el usuario también puede poner su queja, sugerencia y también tenemos socializaciones electrónicamente, para que el usuario mediante esta herramientas puedan darnos sus opiniones acerca del servicio que se les brinda.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
INGENIERIA COMERCIAL

ENTREVISTA

Empresa:	Servicio de Rentas Internas (SRI)	Fecha: 25 de Junio del 2019
Profesional:	Íng. Gloria Duarte Cevallos	
Cargo:	Coordinadora del centro de Gestión Tributaria en la ciudad de Milagro.	

1. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES SERVICIO QUE OFRECE?

Los principales servicio que ofrece el Servicio de Rentas Internas en la ciudad de Milagro y a nivel nacional son los trámites de inscripción del RUC, actualización de RUC, generación de claves, y el tema de exoneración que se está realizando, son los procesos que son más continuos y se manejan desde hace muchos años, hay otros procesos nuevos por ejemplo el pago de impuesto a través de servicio en línea, de cobro de tarjeta de crédito son procesos nuevo que tiene mucha afluencia de contribuyentes.

2. ¿CON CUÁNTOS USUARIOS TRABAJA LA INSTITUCIÓN A NIVEL DE LA CIUDAD DE MILAGRO?

Nosotros atendemos alrededor de 3000 contribuyentes mensuales.

3. ¿ALGUNA VEZ SE HAN PRESENTADO QUEJAS EN ALGUNOS DE SUS SERVICIOS OFRECIDOS?

Si se han presentado quejas, las quejas más comunes son el tema del tiempo de espera, considero yo un tema muy importante en el caso de los servicios que ofrece en el centro de Milagro, es que es una agencia pequeña pero a la vez con todos los servicios que ofrece Guayaquil, si usted requiere ingresar un trámite lo puede hacer en Milagro como lo podría hacer en la agencia Guayaquil, nosotros atendemos todo sin embargo obviamente tenemos pocas ventanillas en atención es un tema de crecimiento que sin embargo este año se ha habilitado una ventanilla más de atención al contribuyente, anteriormente iniciamos con tres ventanillas, en la actualidad y a medidas que se ha dado la disponibilidad de financiero, de las



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
INGENIERIA COMERCIAL

la actualidad y a medidas que se ha dado la disponibilidad de financiero, de las quejas ya que gracias a ellos nos ha ayudado a seguir creciendo no como un malestar sino como un proceso de mejora para nuestro centro, se debe considerar la agencia Milagro no solo atiende a contribuyente de esta ciudad sino que atiende a contribuyentes de Naranjito, Yaguachi, Marcelino Maridueña, Simón Bolívar, cumandá, Bucay, Balao, Naranjal ya el ciudadano no tiene que viajar a Guayaquil que le toma mucho tiempo llegar a la matriz.

4. ¿CÓMO CALIFICA LA ATENCIÓN QUE USTED BRINDA A LOS USUARIOS?

No solamente como coordinadora porque realmente yo atiendo casos muy puntuales, los agentes tributarios son los que atienden a diario la cantidad de personas que había mencionado, nosotros tenemos un indicador que es la calidad del servicio con que se lo mide a través de los calificadores de atención que existe en cada punto de atención de los agentes tributarios, nosotros ahí tenemos la calificación del ciudadano, que generalmente es medido mes a mes que tenemos del 98% como excelente y obviamente tenemos un porcentaje mínimo del 2% muy bueno o bueno.

5. ¿SE REALIZAN CAPACITACIONES CONTINUAS PARA MANTENER A LOS EMPLEADOS APTOS EN LA REALIZACIÓN DE SUS LABORES?

Sí, afortunadamente estamos en una institución que se preocupa mucho por la capacitación de los funcionarios, nosotros tenemos mensualmente entre dos o tres eventos de capacitación no solo virtual porque en la actualidad son muy frecuentes las capacitaciones virtuales sino también presenciales, nosotros cada año firmamos un compromiso de capacitación que lo lleva la Dirección Nacional de Talento Humano en el que tenemos que asistir con carácter obligatorio a las capacitaciones, en este momento por ejemplo el día de hoy que estamos 25 de junio toda esta semana se está desarrollando capacitaciones a los agentes



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
INGENIERIA COMERCIAL

tributarios en la calidad del protocolo del servicio y de la nueva estructura orgánica.

6. ¿CON QUE FRECUENCIA SE SUSCITAN PROBLEMAS EN EL SISTEMA DIGITAL DE LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE?

En la actualidad y desde el año 2016 tenemos muchos procesos de servicios en línea, son más de 120 procesos que el contribuyente lo puede hacer en línea, si se han ocasionado malestar es porque siempre existe un cambio en el sistema y cuando existe ese cambio obviamente debemos de tener una comunicación con el ciudadano informándole que no va haber sistema por un lapso de tiempo generalmente son las noches donde el contribuyente tendrá que esperar hasta que nuestro sistema este operativo, pero no es porque el sistema no sirva sino porque el sistema va a tener un cambio, esto ha venido siendo constante el tema de cambios institucionales de nuevos retos por parte del Servicio de Rentas Internas de hecho dentro de sus visión es mejorar constantemente las herramientas tecnológicas para facilitar al ciudadano, nuestra intención es hacer que el ciudadano desde su comodidad de su casa pueda realizar los procesos que necesita.

7. ¿SUS EMPLEADOS CONOCEN LA MISIÓN, VISIÓN DE LA INSTITUCIÓN, LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS A LARGO PLAZO ENFOCADO AL COMPROMISO QUE PROPORCIONARA A LOS CLIENTES UN SERVICIO DE ALTA CALIDAD?

Si, si lo conocemos porque es parte de nuestra capacitaciones constantes, no somos funcionarios que tenemos acá dos o tres meses, la mayoría de los funcionarios del Centro de Gestión Tributaria de Milagro llevan alrededor de 5, 10, 11 años de trabajo, conocemos los cambios que tiene el Servicio de Rentas Internas aportamos con esos cambios porque nuestro compromiso como funcionarios, no solamente es de ayudar al ciudadano en sus consultas sino también ayudar internamente en nuestros procesos y sabemos muy bien que dentro de su misión y visión ser siempre una institución innovadora, obviamente recaudadora de impuestos es su principal misión.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
INGENIERIA COMERCIAL

CUESTIONARIO SERVQUAL

Objetivo: Medir el nivel de satisfacción del servicio administrativo brindado en las instituciones públicas: Servicio de Rentas Internas (SRI) y El Registro Civil, que se encuentran ubicadas en el Centro de Atención Ciudadana de la ciudad de Milagro.

Instrucciones: Por cada pregunta indíquenos, por favor la calificación que usted considere que esta institución pública SRI y Registro civil posee las características descritas en cada afirmación. Marcando 1 indica que está totalmente en desacuerdo, 2 que está en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 que está de acuerdo, 5 que está totalmente de acuerdo.

JULIO 2019

DATOS GENERALES:

Edad	
Entre 18-25 años	
Entre 25-35 años	
Entre 35-45 años	
Más de 45 años	

Sexo	
Masculino	
Femenino	

Sector	
Urbano	
Rural	
Otros	

PARAMETROS DE ANALISIS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
CONFIABILIDAD					
1. ¿Cuándo existe algún problema, es resuelto por los funcionarios de forma eficaz?					
2. ¿La institución presta sus servicios en el tiempo establecido?					
3. ¿La institución se preocupa por sus intereses como clientes?					



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
INGENIERIA COMERCIAL

4. ¿Recibió un buen servicio la primera vez que lo solicitó?					
5. ¿Los funcionarios se muestran accesibles para dar respuesta a sus inquietudes?					
TANGIBILIDAD					
6. ¿El precio y características del servicio son comunicados previamente a los clientes o usuarios a través de información visual y verbal?					
7. ¿Los funcionarios tienen buena apariencia personal?					
8. ¿Las instalaciones están en buen estado?					
9. ¿Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, dípticos, trípticos, etc.) brinda la información requerida?					
10. ¿Los equipos cuentan con la tecnología necesaria?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
11. ¿Los funcionarios de la institución procede con amabilidad y cortesía?					
12. ¿Le informan con exactitud el tiempo que demora el servicio?					
13. ¿Los funcionarios públicos siempre están disponibles para atender un requerimiento?					
14. ¿Los funcionarios cuentan con el conocimiento necesario para afrontar sus inquietudes?					



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
INGENIERIA COMERCIAL

15. ¿La respuesta a su servicio es rápido y ágil?					
16. ¿La institución brinda información previa (redes sociales, plataforma virtual de la empresa) de los procedimientos por cada trámite, solicitado por los clientes o usuarios?					
SEGURIDAD					
17. ¿Los procesos de los servicios son los adecuados y se manejan con seguridad?					
18. ¿El comportamiento de los funcionarios públicos le influye confianza?					
19. ¿Siente seguridad al momento de realizar un trámite en la institución?					
20. ¿La institución mantiene el registro exceso de errores?					
EMPATIA					
21. ¿El personal de la institución comprende sus necesidades específicas?					
22. ¿La información brindada por los funcionarios es entendible?					
23. ¿El personal muestra una actitud comprensiva y tolerante?					
24. ¿Los funcionarios prestan atención a solucionar sus inquietudes?					
25. ¿La institución brinda una atención personalizada?					
26. ¿Los horarios de atención son convenientes para el cliente o usuario?					

Milagro, 22 de Julio del 2019.

Ing. Fresia Arroyo
Analista de Agencia de Registro Civil de Milagro
Ciudad

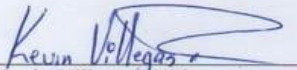
De nuestras consideraciones:

Por medio del presente documento le solicitamos de la manera más acomoda, se sirva facilitarnos la información referente al número de usuarios mensuales y anuales, que acuden a prestar los servicios generales que brinda la institución en la que usted labora.

Esta información será de gran ayuda para el estudio del proyecto investigativo que estamos realizando para la obtención de nuestro título universitario.

Esperando que nuestra petición tenga favorable acogida y pronta respuesta, quedamos ante usted muy agradecidos.

Saludos cordiales,


Kevin Villegas Robles
C.I: 0952529659


Andrea Salazar Salazar
C.I: 0929139400


22-07-19
15:02



Milagro, 31 de julio de 2019

PARA: Kevin Villegas Robles
Andrea Salazar Salazar

ASUNTO: Información referente a la cantidad de Usuarios que son atendidos en la Agencia Milagro –Registro Civil Identificación y Cedulación Coordinación 5.

Mediante la presente y por solicitud de los estudiantes universitarios Kevin Villegas Robles y Andrea Salazar Salazar informo que en la Agencia Milagro de la Dirección General de Registro Civil Identificación y Cedulación prestamos servicios con un aproximado de 3000 mil usuarios mensuales que acuden a la Institución para los servicios que brinda el Registro Civil (adjunto catálogo de servicios).

Y así brindar servicios oportunos, confiables y cercanos a las personas, enfocados en la eficacia, eficiencia e innovación de nuestros procesos y la mejora continua de nuestro sistema de gestión de calidad con talento humano competente que satisfaga las necesidades de los usuarios que acuden a la Agencia con Tipología B.

Esto se indica con la finalidad de que la información sea utilizada para el proyecto investigativo universitario de los estudiantes antes mencionados.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Fresia Arroyo R
Ing. Fresia Arroyo Rendon
JEFATURA AGENCIA MILAGRO



Milagro, 24 de Julio del 2019.

24 JUL 2019

Ing. Gloria Duarte Cevallos
Coordinadora del Centro de Gestión Tributaria de Milagro
Servicios de Rentas Internas (SRI)
Ciudad

SRI SERVICIO DE RENTAS INTERNAS CENTRO DE GESTIÓN MILAGRO ZONAL 8			
PRESENTADO POR			
102019003996			
TRAMITE No			
IMP	DAV	C. D.	OTROS
3			
RECIBIDO POR: <i>ed.13</i>			

De nuestras consideraciones:

Por medio del presente documento le solicitamos de la manera más acomoda, se sirva facilitarnos la información referente al número de usuarios mensuales y anuales, que acuden a prestar los servicios generales que brinda la institución en la que usted labora.

Esta información será de gran ayuda para el estudio del proyecto investigativo que estamos realizando para la obtención de nuestro título universitario. Somos estudiantes egresados en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Estatal de Milagro.

Esperando que nuestra petición tenga favorable acogida y pronta respuesta, quedamos ante usted muy agradecidos.

Saludos cordiales,

Kevin Villegas R.
Kevin Villegas Robles
C.I: 0952529659
kevin.aur@hotmail.com

Salazar
Andrea Salazar Salazar
C.I: 0929139400
andreasalazar23@outlook.com

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
DIRECCIÓN ZONAL 8**

Trámite N. °: [109102019003996](#)
Asunto: Contestación de trámite
Contribuyente: VILLEGAS ROBLES KEVIN
Cédula N. °: 0952529659
Medios Contacto: kevin.aur@hotmail.com;
0997454462

Sr.
VILLEGAS ROBLES KEVIN
ADRIAN
CALLE: HUMBERTO CENTANARO
INTERSECCIÓN: NARANJITO Y
SÉGUNDA REFERENCIA:
MECANICA LA BALA EN LA ESQ.
MILAGRO

De mis consideraciones.-

En atención a su oficio, signado con el trámite N.º 109102019003996, ingresado por la Secretaría del Centro de Gestión Milagro del Servicio de Rentas Internas Zonal 8, el 24 de Julio de 2019, en el cual solicita información: "(...) *le solicitamos de la manera más comedida, se sirva facilitarnos la información referente al número de usuarios mensuales y anuales, que acuden a prestar los servicios generales que brinda la institución en la que usted laboral.*"; esta Administración Tributaria tiene a bien informar lo siguiente:

Le damos a conocer que en el Centro de Gestión Tributaria Milagro son atendidos 3.000 contribuyentes mensualmente.

Adicionalmente, le comunico que la información que se otorga es la que reposa en la base de datos de la Administración Tributaria a la fecha de la contestación del trámite.

Con el correo enviado se da respuesta a su petición. En caso de solicitudes adicionales o ampliaciones, se deben ingresar nuevas peticiones. Agradecemos la atención prestada.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Elaborado
por:

Ángel Duarte Salazar
Planificación Dirección Zonal 8

Revisado por:
Ing. Johnny Alcívar Z.
Jefe Departamento de Planificación
Dirección Zonal 8
www.sri.gob.ec
Guayaquil – Ecuador

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS









