

La Calidad en los Servicios desde la Perspectiva Modelo Servqual en el CAC - Milagro

por Salazar Andrea Villegas Kevin

Fecha de entrega: 20-ago-2019 12:40p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1161772910

Nombre del archivo: Proyecto_de_Tesis_-_Salazar_Andrea_-_Villegas_Kevin.docx (73.57K)

Total de palabras: 8059

Total de caracteres: 43321

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 Inmobiliar del Sector Público, INMOBILIAR, que llevó la entrega a la ciudadanía del CAC, el día jueves 16 de febrero de 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 el 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 se cuenta en 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 de la ciudad de 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 participe 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 importantes 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 impuestos ya que es su principal misión. Hoy en día la institución está en la lucha contra la evasión de impuestos 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 nacimientos, 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 ocasionó 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 sistemas ISO de calidad se ha consolidado una imagen de eficiencia, eficacia, calidad, 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 nacimientos, defunciones y matrimonios como fue en sus 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 brinda diferentes servicios a la comunidad tales como: Emisión de cédula de identidad por primera vez o renovación para ecuatorianos, emisión de pasaporte ordinario por primera vez, 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
GRÖNNRROOS 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.

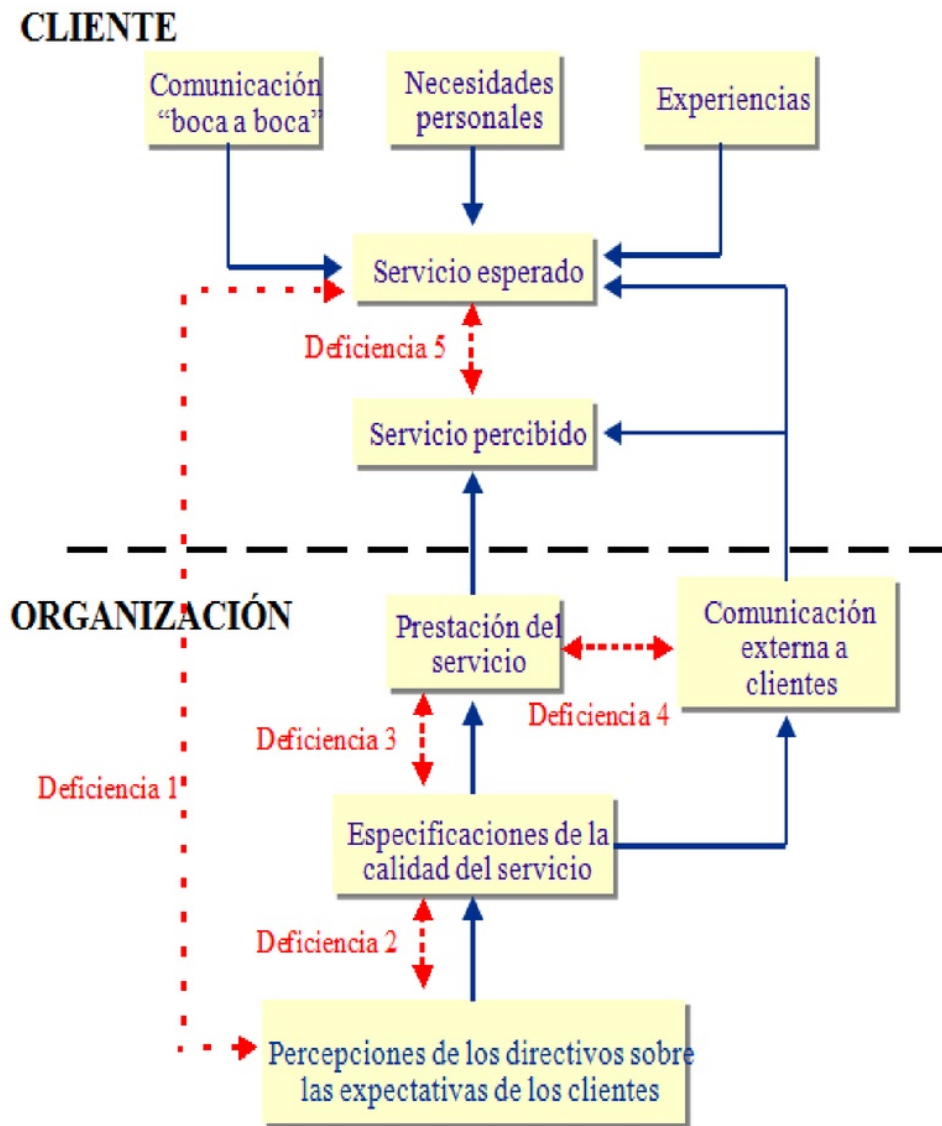
Es por esta razón que en este trabajo de investigación se ha optado por el modelo SERVQUAL ya que es uno de los más eficaces, porque permite tener una medición de la calidad del servicio que brinda las diferentes organizaciones y tener las diferentes percepciones de los clientes.

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 de ellas 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 los que cuenta la empresa 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 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, Chumecceiro, & 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 varía 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 de 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 personar 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 l 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 tramites, 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 recalco 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 planteó 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 como 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 usuarios. -Claridad en la indicación dada al usuario. -Paciencia y comprensión.	1. Actúo con empatía con los usuarios. 2. Brindo información oportuna. 3. Emito mis puntos de vista con respeto y tolerancia hacia el usuario.	

Elaborado por los autores.

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.

La Calidad en los Servicios desde la Perspectiva Modelo Servqual en el CAC - Milagro

INFORME DE ORIGINALIDAD

1 %	1 %	0 %	2 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS	<1 %
	Trabajo del estudiante	
2	Submitted to Systems Link	<1 %
	Trabajo del estudiante	

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 25 words
Excluir bibliografía	Activo		