



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Calidad del servicio en el centro de mejor
atención al ciudadano de lima norte, 2016

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTOR:

Br. Gladys Elizabeth Regalado Vásquez

ASESOR:

Mg. Santiago Aquiles Gallarday Morales

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Administración del Talento Humano

PERÚ - 2017

Dra. Flor de María Sánchez Aguirre

Presidente

Dr. Noel Alcas Zapata

Secretario

Mg. Santiago Gallarday Morales

Vocal

Dedicatoria

A Santiago y Alonso, mis hijos,
quienes llenan mi vida de felicidad
y de esperanzas.

A mis padres, Jesús y Gerardo,
símbolos de fortaleza y humildad.

A todos los asesores orientados al
servicio del ciudadano.

Agradecimiento

A Dios por su inmenso amor y misericordia.

A la universidad César Vallejo y a mis maestros, quienes con sabiduría y paciencia, fueron mi guía en el desarrollo del presente trabajo.

A Miguel, compañero incondicional, quien me apoyó y acompañó en cada momento.

A cada uno de mis amigos con los cuales consulté y siempre tuve una respuesta positiva.

¡A todos mil gracias! ¡Dios me los bendiga cada día de sus vidas!

Declaratoria de autenticidad

Yo, Gladys Elizabeth Regalado Vásquez, estudiante del programa de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI: 10691367, con la tesis titulada “Calidad del servicio en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016”.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada; es decir no ha sido ni publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo, o título profesional alguno.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados, y por lo tanto los resultados que se presentan en la presente tesis constituirán como aporte a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que se deriven de mis acciones, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César vallejo.

Lima Norte, 02 de febrero del 2016.

Gladys Elizabeth Regalado Vásquez.

DNI: 10691367

Presentación

Señor presidente;

Señores miembros del jurado;

Dando cumplimiento a las normas del reglamento de elaboración y sustentación de tesis de la Escuela de Post Grado de la Universidad Cesar Vallejo, para elaborar la tesis de Maestría en Gestión Pública, presento el trabajo de investigación titulado “Calidad del servicio en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016”.

El presente trabajo de investigación consta de siete capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I: Introducción donde corresponde los antecedentes, marco teórico, justificación, planteamiento del problema, hipótesis y objetivos.

Capítulo II: Marco Metodológico donde corresponde la identificación de las variables, operacionalización de variables, metodología, tipos de estudio, diseño, población, muestra y muestreo, técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos.

Capítulo III: Resultados

Capítulo IV: Discusión

Capítulo V: Conclusiones

Capítulo VI: Recomendaciones

Capítulo VII: Referencias Bibliográficas y anexos

Este trabajo fue realizado con la mejor intención para dar a conocer la situación actual de la calidad del servicio y así poder retroalimentarlo; asimismo espero pueda servir de guía o referencia en lo sucesivo para estudios similares y que les permita abordar su tema.

Espero señores Miembros del Jurado que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la Universidad y merezca su aprobación.

La autora

Índice de Contenido

	Pág.
Página del jurado.	ii
Dedicatoria.	iii
Agradecimiento.	iv
Declaratoria de autenticidad.	v
Presentación.	vi
Índice de contenido	vii
Lista de tablas.	ix
Lista de figuras.	x
Resumen.	xi
Abstract.	xii
I. Introducción	
1.1 Antecedentes	14
1.2 Fundamentación Científica técnica y humanística.	19
1.3 Justificación	35
1.4 Problema	36
1.5 Hipótesis	39
1.6 Objetivos	40
II. Marco metodológico	
2.1. Variables	43
2.2. Operacionalización de las variables	43
2.3. Metodología	44
2.4. Tipo de estudio	44
2.5. Diseño	45
2.6. Población, muestra y muestreo	45
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
2.8. Método de análisis de datos	51
2.9. Aspectos éticos.	52

III.	Resultados	53
IV.	Discusiones	64
V.	Conclusiones.	70
VI.	Recomendaciones.	73
VII.	Referencias	76
VIII.	Anexos.	

Lista de tablas

	Pag.
Tabla 1: Características de la calidad del servicio	22
Tabla 2: Operacionalización de la variable calidad del servicio	43
Tabla 3: Operacionalización de las preguntas por dimensiones	49
Tabla 4: Juicio de expertos	50
Tabla 5: Análisis de confiabilidad de las dimensiones	51
Tabla 6: Análisis de confiabilidad de los instrumentos de expectativa y percepción	51
Tabla 7: Distribución de preguntas de la dimensión fiabilidad	54
Tabla 8: Distribución de preguntas de la dimensión capacidad de respuesta	55
Tabla 9: Distribución de preguntas de la dimensión seguridad	56
Tabla 10: Distribución de preguntas de la dimensión empatía	57
Tabla 11: Distribución de preguntas de la dimensión elementos tangibles	58
Tabla 12: Operacionalización de porcentajes de las cinco dimensiones de calidad del servicio	60
Tabla 13: Matriz de mejora.	62

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1: Calidad total de la gestión de servicios.	34
Figura 2: Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión fiabilidad.	54
Figura 3: Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión capacidad de respuesta.	55
Figura 4: Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión seguridad.	56
Figura 5: Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión empatía.	57
Figura 6: Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión elementos tangibles.	58
Figura 7: Distribución porcentual por dimensiones	59
Figura 8: Distribución porcentual por cada ítem del cuestionario.	60

Resumen

La investigación titulada calidad del servicio en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016, tuvo como objetivo describir el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.

Se realizó una adaptación del cuestionario SERVQUAL, diseñado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1998), al contexto de las necesidades del área de estudio, tomando en cuenta los componentes del modelo como: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y los elementos tangibles. Metodológicamente la investigación se realizó bajo un diseño no experimental descriptivo. La muestra fue de 75 usuarios que frecuentaron a solicitar los servicios de Relaciones Exteriores. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario de tipo escala Likert de 22 ítems para las expectativas y 22 ítems para las percepciones, ambos adaptados del modelo SERVQUAL. El procesamiento estadístico descriptivo se realizó mediante el programa Excel y La consistencia interna de la escala se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo como valor un 0,921 para las expectativas y 0,906 para las percepciones.

Del análisis de los resultados obtenidos de la aplicación del instrumentos, se pudo inferir que las expectativas de los usuarios han sido cubiertas a través de sus percepciones en todas las dimensiones; dado que, de un total de 75 usuarios encuestados, el 77.6% manifiesta estar satisfecho con el servicio recibido y tan solo un 22.4% considera que el servicio no ha cubierto sus expectativas, de lo cual se infiere que si hay calidad en el servicio a los usuarios.

Palabra clave: calidad del servicio, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, expectativas y percepciones.

Abstrac

The research conducted in 2016 under the name of “Service quality in the Office ‘Mejor Atención al Ciudadano’ (Better Service for Citizens) located in Lima Norte, aimed to describe the level of service quality perceived by users attending the Foreign Affairs Department in the Office ‘Mejor Atención al Ciudadano’ (Better Service for Citizens).

An adaptation of the SERVQUAL model, developed by Zeithaml, Parasuraman and Berry (1998), was implemented according to the needs in the subject area, considering the model components, such as: reliability, responsiveness, certainty, empathy and tangible elements. Methodologically, the research was conducted under a descriptive non-experimental model, from a sample of 75 users, who attended the aforementioned Office to request services from Foreign Affairs Department. Data was collected by using surveys, in this particular case, based on a 22-item Likert questionnaire for expectations and another one for perceptions, both adapted to SERVQUAL model. The descriptive statistical processing was performed using Excel, while internal consistency of scale was measured with Cronbach’s alpha, and the values obtained were 0,921 for expectations and 0,906 for perceptions.

The analysis of the results obtained from the application produced that expectations of users have been satisfied in all dimensions; since from a number of 75 users surveyed, a 77.6 % expressed being satisfied with the service provided and only a 22.4 % considered the service did not satisfied their expectations, which can be inferred as good service quality for users.

Keywords: Service quality, tangible elements, reliability, responsiveness, certainty, empathy, expectations and perceptions.

i. Introducción

1.1. Antecedentes

1.1.1 Antecedentes internacionales.

Álvarez, (2012) realizó la investigación: “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de mercados gubernamentales”, desarrolló una investigación descriptiva correlacional evaluativa, con un enfoque cuantitativo no experimental, siendo su población de estudio los usuarios que se acercaron a cuatro establecimientos que en conjunto hacen un total de 2950, la muestra se hizo a través de un muestreo probabilístico estratificado con un nivel de confianza del 95% y estuvo conformada por 839 usuarios, se aplicaron técnicas de observación y encuestas estructuradas, sobre la base de la escala CALSUPER que es una adaptación del SERVQUAL, obteniéndose un índice de calidad de servicio de -1.27, señalándose que las percepciones de los clientes son más bajas que las expectativas en un 25.4%, pudiendo apreciar los efectos negativos de la deficiente calidad de servicio que se otorga.

Morillo (2010) en su investigación sobre “la calidad en la atención y la satisfacción de los usuarios en instituciones financieras del Municipio libertador del estado Mérida”, de enfoque cuantitativo, y método deductivo inductivo, de diseño no experimental transversal, sus unidades de estudio fueron la gerencia de las agencias de las instituciones financieras, y los usuarios que acuden a dichas oficinas, por lo que la población estuvo definida por las agencias de instituciones financieras del país, siendo seleccionadas 40 agencias de instituciones financieras ubicadas en el municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, pertenecientes a los diferentes subsistemas del sistema financiero venezolano. Las muestras para ambas poblaciones se realizaron a través de la técnica de muestreo probabilístico estratificado, que permitió inferir acerca del comportamiento de la población. El tamaño de ambas muestras fue calculado a través del criterio de Varianza Máxima, con un coeficiente de confianza del 95% y un error de estimación del 5%. De acuerdo con lo anterior, y para una población (N) de 40 agencias, dando como resultado para el tamaño de muestra para las agencias de instituciones financieras 19 agencias. En cuanto al tamaño de muestra para los

usuarios se seleccionó una muestra de acuerdo al muestreo probabilístico que resultó un tamaño de 384 usuarios, situados en las 19 agencias bancarias que fueron encuestados y medidos a través de la puntuación de la escala de SERVQUAL, obteniendo como resultado que al calcular la mediana se puede afirmar que la mitad de los encuestados se encontraba ligeramente satisfecho y que solo un pequeño grupo (16.4%) estaba totalmente satisfecho, asimismo. Se presentan bajas percepciones en cuanto a los atributos de confiabilidad y responsabilidad. Llegándose a concluir que estos niveles son independientes del tipo de agencia que da el servicio, asimismo al realizar una comparación del promedio de las percepciones y las expectativas, esta diferencia se presenta ligeramente positiva (nivel de calidad excelente) en ambos tipos de agencias, a excepción de atributos significativos para el usuario como lo son: la confiabilidad y la seguridad donde si existe un déficit con la calidad del servicio.

Blanco y Rivero (2009) realizaron la investigación "Calidad de servicio percibida por los clientes en las oficinas de atención al cliente (OAC) de una empresa telefónica", teniendo como objetivo determinar la calidad de servicio que prestan dos Oficinas de Atención al Cliente (OAC) de la empresa telefónica nacional de Valencia - Venezuela, la investigación fue de tipo exploratoria, con la finalidad de proponer mejoras que incrementen el nivel de servicio y por ende la satisfacción del cliente. La compañía presentaba desperfectos como: averías, cobros indebidos, interrupciones del servicio de Internet, entre otras, siendo el principal problema el tiempo prolongado que tenían para dar respuesta a una queja, asimismo se aplicó un instrumento, basado en el modelo SERVQUAL en el cual se incluyó 33 ítems clasificados en 6 dimensiones y se hizo la encuesta a dos muestras de 118 y 135 clientes, con la finalidad de medir la percepción de los clientes. La consistencia interna de la escala se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo como valor un 0.880 y 0.891, asimismo se hizo uso para el cuestionario la escala de Likert que va desde 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo; se diagnosticó además el nivel del servicio de estas OAC, de acuerdo con la percepción de los clientes. Finalmente se obtuvo como respuesta que la dimensión que posee mayor oportunidad de mejora es la dimensión referida a la atención al cliente respecto a la capacidad de respuesta y

la fiabilidad, esto indica que los clientes valoran mucho el compromiso de la empresa de cumplir con el servicio a tiempo, así como de la comprensión de sus problemas, concluyendo en términos generales que el nivel de servicio de la OAC1 fue calificado como regular, mientras que el nivel de servicio brindado por la OAC2 fue calificado como bueno.

1.1.2 Antecedentes nacionales.

Alvarado (2015) realizó la investigación: “Percepción de la calidad del servicio en la municipalidad de la Perla Callao, 2015”, tuvo como objetivo determinar el nivel de la calidad de servicios en la Municipalidad de la Perla Callao 2015, su investigación fue de tipo descriptiva, de diseño no experimental tuvo como población de estudio a 800 ciudadanos de la cual se tomó como muestra a 80 usuarios, para la recopilación de datos se usó el SERVQUAL. De los resultados se puede evidenciar que el nivel de la percepción de la calidad de servicio en relación a los elementos tangibles, el 94% indicó estar satisfecho; en cuanto al nivel de confiabilidad el 65% revelo de igual forma estar satisfecho, en cuanto al nivel de seguridad el 65% de los usuarios exteriorizó también estar satisfecho y en cuanto al nivel de responsabilidad el 65% de igual manera indicó encontrarse satisfecho, con lo cual se concluye que respecto a la percepción de la calidad del servicio el 20% de los ciudadanos encuestados exteriorizó estar insatisfecho y el 80% estar satisfecho en cuanto a calidad del servicio brindado.

Arrué (2014) realizó la investigación: “Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014”, desarrollo una investigación no experimental descriptiva de diseño transversal, con un enfoque cuantitativo; para la recolección de datos empleo la encuesta y como instrumento un cuestionario de preguntas tipo Likert. Para medir la variable calidad del servicio, se tomó como base la dimensión servicio brindado y para la variable atención a usuarios las dimensiones instalaciones, calidad profesional y calidad personal, la población está conformada por las oficinas desconcentradas, se tomó un muestreo aleatorio simple de 196 usuarios que acudieron a la oficina de OSIPTEL de Loreto durante

el periodo de junio a septiembre 2014, los mismos que fueron en base a todos los usuarios encuestados, estos percibieron un moderado (normal) grado de satisfacción (62%) en cuanto al servicio recibido en todo el proceso de atención en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, se observó un 38% de insatisfacción.

Patroni, Luna, Peña y Valenzuela (2014) realizaron la investigación: “La calidad de los servicios públicos y su incidencia en la administración de la municipalidad provincial Huara-Huacho”, su investigación fue de tipo descriptiva, de diseño no experimental transversal, la muestra estuvo conformada por 381 pobladores del distrito de Huacho, obteniéndose como resultados que un 51.44% de los usuarios consideraron que la Municipalidad Provincial de Huara, les brinda un buen servicio y un 22.31% regular servicio, y el resto calificó como mal el servicio, como es evidente también se pudo apreciar que los usuarios del norte y sur de la ciudad y que están más alejados al centro de la ciudad son los menos favorecidos con un servicio de calidad por parte de la Municipalidad.

Higa (2014) en su investigación denominada: “Percepción de la calidad del servicio de los usuarios de la agencia Reniec Huaral, 2014”, tuvo como objetivo determinar el nivel de calidad de servicios desde la perspectiva de los usuarios de la Agencia Reniec Huaral, 2014, la investigación se desarrolló, bajo un diseño correlacional con enfoque cuantitativo con una muestra de 50 usuarios que acudieron a la agencia Reniec Huaral, el instrumento de medición fue la encuesta y se utilizó la escala SERVQUAL adaptada, graduado a escala de Likert, la cual fue previamente validada mediante técnica de opinión de expertos y alfa de Crombach. Se obtuvieron como resultados que el 88% de la muestra observada percibieron una adecuada calidad de servicios; un 74% percibieron que los elementos tangibles también son los adecuados; un 86% observó que los empleados tienen habilidades para realizar el servicio prometido de forma fiable y minuciosa; un 92% apreciaron la buena disposición y voluntad de los empleados para suministrar a los usuarios de un servicio rápido y un 88% percibió que los conocimientos, atención y habilidades inspiran confianza, y que además existe una atención individualizada, concluyendo que el servicio es el adecuado.

Urbina (2013) en su investigación: "Calidad del servicio que brindan los funcionarios de Orientación al Contribuyente de la Intendencia Regional La Libertad-SUNAT Trujillo y su influencia en la satisfacción del usuario en el período 2013", se planteó como objetivo: Establecer el nivel de influencia de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, el método de estudio fue el descriptivo analítico, la técnica fue la encuesta, y el instrumento un cuestionario; para contrastar las hipótesis se usó la técnica estadística chi cuadrado y los datos obtenidos se procesaron usando el SPSS. El trabajo de investigación se realizó ante una población conformada por 2000 usuarios, de los que se determinó una muestra estadística de 390 usuarios, a quienes se aplicó la encuesta, teniendo como resultado que la calidad del servicio no es adecuada; llegando concluir que la calidad del servicio en la Intendencia Regional La Libertad-SUNAT influye de manera negativa en la satisfacción de los usuarios confirmándose con ello las hipótesis propuesta en la investigación.

1.2. Fundamentación teórica

1.2.1. Bases teóricas de la calidad del servicio

Definición de la Calidad del servicio.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) para quienes la calidad del servicio, no es más que las expectativas que se realizan los clientes sobre un determinado servicio y la percepción que éstos tiene sobre el mismo, por lo que vendría a ser el resultado de la comparación de sus expectativas o deseos del consumidor frente a un proveedor y sus percepciones respecto al servicio recibido; frente a ésta situación es tarea y compromiso de todos los órganos que conforman la administración pública involucrarse y comprometerse en brindar una atención personalizada y de calidad, así como de manera integral, eficaz y sobre todo con transparencia, debido a que la calidad del servicio es aquella que satisface la necesidades de los usuarios, por la cual es el usuario el que debe sentirse como una pieza muy importante para la institución, para lograr de esta forma una armonía entre las expectativas que esperan, con la percepción que éstos tienen del servicio, ya que con la calidad se busca la excelencia en las organizaciones.

Vargas y Aldana (2011), definieron a la calidad de servicio como: “El conjunto de actividades diseñadas para construir procesos que conduzcan a incrementar la satisfacción de necesidades, deseos y expectativas de quien lo requiera” (p. 84); en otras palabras la calidad de servicio debe responder al diseño creado por la organización para así suministrar una respuesta adecuada a los requerimientos de los usuarios, requiriéndose para ello personalizar cada prestación del servicio en base a la individualización del usuario, debido a que cuando un usuario evalúa la calidad de un servicio lo que en realidad está midiendo es el desempeño de la organización.

Conforme señala Berry (1998), “la calidad es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes” (p. 2); solo será posible cuando hay un compromiso de la organización al responder a sus intereses y necesidades de los ciudadanos usuarios, solamente así se estaría demostrando interés en conocer y descubrir los deseos de los usuarios sobre un servicio, todo ello con la finalidad de obtener su plena satisfacción.

Respecto de la calidad del servicio Vargas y Aldana (2014), refirieron que:

Se debe tener en cuenta que la clave para el logro de la calidad en el servicio implica prestar atención a los procesos, desde su conceptualización hasta su aseguramiento y garantía. Así se puede lograr que se satisfaga a los usuarios, no solo en sus necesidades, sino en sus deseos y expectativas (p.75).

Por otro lado tenemos que: Prieto (2014) respecto a la calidad del servicio también no refiere que:

La razón de ser de nuestra entidad es el usuario, y para él aunaremos esfuerzos en la prestación de un servicio óptimo, mediante una relación interpersonal exitosa. Todo el personal de la institución es representante y proyector al usuario de su trabajo, que refleja en él su personalidad, su carácter, haciéndolo sentir único en

el sector, ya que con la calidad en el servicio se hará que el usuario se sienta a gusto porque le brinda comprensión, con base en el conocimientos de los servicios que ofrece. (p. 129).

Es así que podemos inferir que para que un usuario perciba calidad y a su vez se encuentra satisfecho con el servicio, es responsabilidad de todos los integrantes de la organización y no solo de unos cuantos, porque son los únicos responsables de enriquecer y hacer un ambiente agradable de trabajo y a su vez, éste pueda reflejarse en un trato amable, justo y cordial hacia quienes solicitan el servicio, toda vez que la capacidad de una organización está en función de su habilidad de brindar un servicio en forma competitiva y diferenciada, por ello calidad en el servicio es un proceso de cambios y de retroalimentación que compromete e involucra a toda una organización en torno a valores, actitudes y todos aquellos comportamientos éticos que conllevaran a la satisfacción de los usuarios; no basta solo una sonrisa, porque ésta es parte de la atención; sino que también hay que sumarle una excelente y adecuada información y orientación; obviamente todo esto acompañado de conocimientos sobre el servicio, puesto que, evaluar la calidad de un servicio es un proceso que nos permite conocer las necesidades de los usuarios.

Es así que, la calidad en el ámbito de la administración pública es una variable clave para una buena gestión, por eso debe ser concebida teniendo en cuenta varios aspectos, debido a que en la administración pública son los ciudadanos llamados comúnmente usuarios quienes determinan la calidad de un servicio, porque que son ellos quienes califican al momento de recibirla; por tanto, son ellos quienes la miden a través de la valoración que realizan, siendo que la percepción de la calidad deriva de la comparación que realizan de las expectativas que tenían sobre el servicio con la comparación del resultado actual al recibir el servicio; siendo así, es tarea de la administración pública satisfacer aquellas expectativas del ciudadano que anteriormente no había sido tomadas en cuenta ni mucho menos se le había dado la debida importancia, pues la calidad en un inicio solamente era materia o preocupación del sector privado, pero actualmente la tecnología está haciendo que tengamos una ciudadanía cada vez

más preparada y exigente, razón por la cual se están requiriendo que los servicios sean mucho más rápidos y de calidad; no obstante, con el proceso de la modernización de la gestión pública, la administración se ha visto obligada a innovar con la ayuda de aquellas herramientas de gestión que le permitan implementar un sistema de calidad con la finalidad de lograr la excelencia, debido a que podemos ver que la calidad no es un concepto absoluto, sino que es un término relativo y dinámico posibles de cambios, y que el mejoramiento de la calidad es la satisfacción del ciudadano, y es tarea del Estado, percibir esa sensación y expresarla en resultados, por ello se dice que prestar un servicio de calidad es tarea, compromiso y responsabilidad de todos los integrante de una organización.

Características de la calidad del servicio:

Para (Villa, 2014, p.89) La calidad del servicio presenta las siguientes características:

Tabla 1

Características de la calidad del servicio

Calidad del servicio	
Intangible	Dificulta la elaboración y aplicación de los estándares de calidad. Las experiencias y necesidades de los usuarios varían de un usuario a otro y de un día para otro.
Heterogénea	La prestación de los servicios heterogéneos en sí mismos, también varía de un día para otro y de un usuario a otro.
Valorada en su conjunto	El servicio se produce justamente en el momento de su consumo, por lo que la evaluación del usuario tiene en cuenta no solo el resultado, sino todo el proceso: Instalaciones y accesibilidad Trato recibido Profesionalidad

Nota: la fuente se obtuvo del Manual de atención a Clientes y Usuarios de Juan Villa (2014)

Dimensiones de la Calidad de Servicio.

En la presente investigación, la variable calidad del servicio ha sido dimensionada tomando en cuenta los componentes que proponen los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1998), a través del modelo para medir la calidad del servicio, denominada SERVQUAL (del inglés *service quality*), el cual visualiza la calidad de servicios a través de cinco dimensiones que se definen a continuación:

Dimensión 1: fiabilidad

Esta dimensión al igual que la anterior también es definida por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 29) como: “La habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”, vale recalcar que dentro del concepto de fiabilidad se encuentran incluidos aquellos elementos que permiten al usuario detectar la capacidad y conocimientos profesionales, así como de la organización, ya que el usuario puede percibir si el servicio fue brindado de forma correcta y sin cometer errores desde el primer momento que entra en contacto con la organización.

Por su parte Hoffman y Bateson (2002) en referencia a la fiabilidad del servicio, afirman que:

En términos generales, la fiabilidad refleja la consistencia y la confiabilidad del desempeño de una organización. La empresa brinda el mismo nivel de servicios una y otra vez, o su calidad varía enormemente en cada encuentro, no existe nada que frustre más a los clientes que los prestadores de servicio poco confiables. (p. 335).

Los anteriores autores citados explican a la fiabilidad como el resultado del desempeño de una organización. Resaltando que la fiabilidad se refleja en cuánto y cómo perdura la prestación de un buen servicio.

Asimismo Cottle (1991) coincidiendo con los demás autores respecto a la fiabilidad, afirma que: “la fiabilidad es la habilidad que poseemos para suministrar el servicio prometido en forma confiable, segura y cuidadosa”. (p. 36).

Según la anterior cita, el autor no diferencia el término confiabilidad de fiabilidad, ya que fiabilidad es definida como la habilidad que consiste en cumplir de manera eficiente lo prometido por el servicio a los clientes, de tal manera que el resultado lleve a la confianza en el producto o servicio que se ofrece.

De igual forma ésta dimensión de fiabilidad de la variable: Calidad de servicio, posee los siguientes indicadores: puntualidad y compromiso.

Dimensión 2: Capacidad de respuesta

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 29), la definieron como “la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido”, es decir el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos al momento de brindar el servicio, así como lo accesible que resulte la organización para el usuario. En otras palabras, esto sería cumplir con el servicio en el tiempo oportuno y con profesionalismo, así como también la accesibilidad de la ubicación lo cual facilite al ciudadano entrar en contacto rápido con la organización.

Para Cottle (1991), en referencia a la capacidad de respuesta afirma que: “es la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para administrar un servicio rápido”. (p. 40).

En esta cita, Cottle, no solo resalta la importancia del tiempo de prestación del servicio como parte de la definición de la capacidad de respuesta, sino que también puntualiza en la actitud, cómo o de qué manera se ofrece determinado servicio.

Es así que Setó (2004), coincidiendo con lo expresado con Cottle , respecto a la capacidad de respuesta afirma que: “es la disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido” (p. 8).

Por ello se podría afirmar que la capacidad de respuesta se refleja en la importancia y compromiso por parte de la institución del cómo se presta un servicio en un tiempo prudente y adecuado, de tal manera que se pueda demostrar la eficiencia, ya que el cómo se presta el servicio consiste en la disposición y la voluntad de quienes vienen realizándolo.

Todos los asesores en servicios deben conocer el proceso del servicio desde todas las aristas, puesto que esto implica que el servicio no se detendría y ante cualquier circunstancia se estaría garantizando la satisfacción del usuario, es así que Miranda *et.al* (2007), señalan que:

La organización debe mostrar una clara disposición de atender y proveer de un servicio rápido, con su personal deseoso de agradar. Si la organización comete un error debe reaccionar de forma diligente y rápida, de éste modo el cliente apreciará en gran medida su reacción y muchas veces considerará el servicio como de mayor calidad, debido a que se da cuenta del interés con el que la empresa responde a un problema, tratando de solucionarlo (p. 243)

La capacidad de respuesta es un atributo que debe estar presente en todas las líneas de la organización, por que ofrecer un servicio rápido; contestar las llamadas telefónicas de los usuarios de inmediato, tener la flexibilidad para adecuarse a las necesidades de los usuarios, enviar de inmediato la información solicitada por estos, así como también conceder las citas en el plazo más corto posible, y por supuesto contar con suficiente personal a disposición de los usuarios es una muestra de interés y preocupación en atenderlos, es decir que la calidad del servicio en gran medida ésta determinada por la capacidad de

respuesta que tiene la organización y sus integrantes para ofrecer un servicio de la manera más articulada posible.

Para esta dimensión al igual que en las anteriores se ha creído conveniente considerar los indicadores: precisión en el tiempo y disposición.

Dimensión 3: Seguridad

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 29), a cerca de esta dimensión refieren que viene a ser: “conocimientos, atención y habilidades mostradas por los empleados, y que inspiran credibilidad y confianza”, esto vendría a ser la habilidad que maneja cada empleado, basada en su integridad, confiabilidad y honestidad, para persuadir a los usuarios, ya que no sólo es importante velar por los mejores intereses del usuario, sino que también la institución debe capacitar de manera constante a los empleados y así se pueda conseguir que éstos tengan los conocimientos suficientes como para poder proveer de un mejor servicio a la ciudadanía, demostrando profesionalismo.

De igual manera para esta dimensión se ha trabajado con indicadores como: confianza y credibilidad, que nos van a permitir realizar una correcta medición.

Dimensión 4: Empatía

De igual manera Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 29), la definen como la “Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores”, respecto a este punto es importante resaltar que no solamente se valora lo cortés y amable que se puede ser con el usuario, debido a que la cortesía es una parte fundamental e importante de la empatía, como lo es también de la seguridad; requiere un fuerte compromiso e implicación con el usuario, debido a que es muy importante que la información proporcionada al usuario le llegue en un lenguaje comprensible, teniendo en cuenta que no todos tienen el mismo nivel de cultura. Asimismo la empatía se demuestra dando una atención personalizada, así como

también, cuando se tiene la capacidad de escuchar y el esfuerzo que se realiza por conocer, entender y comprender las necesidades y requerimientos específicos de los usuarios.

Es así que, en el estudio realizado por Rojas (2004), en referencia sobre la empatía afirma que:

Es la habilidad de ponerse en el lugar de otro y saber lo que siente o incluso lo que puede estar pensando. Es la capacidad social para saber distinguir los sentimientos de otra persona. Es la capacidad de una persona en pro de una buena relación y así responder adecuadamente a las necesidades del otro, a compartir sus sentimientos, e ideas, de tal manera que se logre que el otro se sienta muy bien (p. 6).

Tomando en consideración lo desarrollado por los autores citados se puede decir que la empatía vendría a ser la capacidad para conectarse entre una persona y otra, de tal manera que pueda lograrse un ambiente cómodo y confortable de interacción entre ambos lados, y así poder responder de manera eficiente y adecuada a las necesidades de la otra persona.

Del mismo modo esta dimensión cuenta con los siguientes indicadores: protocolo de atención y comprensión.

Dimensión 5: Elementos tangibles.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 29) la define como: “la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación que pueden acompañar a un servicio”. Considerándose que es a través de estos elementos que se transmite y se representa los aspectos físicos, tanto de las instalaciones del centro así como también de los equipos, y la modernidad de estos, a ello también se suma la imagen que transmiten los empleados, su apariencia y todo aquello que esté vinculado al servicio que los clientes/usuarios pueden apreciar físicamente para evaluar la calidad.

Jiménez (2001), en referencia a los elementos tangibles, afirma que: “el hall de un hospital o centro de atención, la limpieza de sus pasillos, el uniforme del personal, la simpatía con la que se recibe el servicio de admisión, son elementos tangibles de la asistencia que espera recibir el paciente” (p. 90).

El autor respecto a los elementos tangibles también puntualiza en la manera cómo es que los elementos tangibles están siendo presentados. En el caso del personal, la actitud o el cómo prestan el servicio es también considerado un elemento tangible.

Es así que la dimensión elementos tangibles de la variable: Calidad de servicio, presenta los siguientes indicadores: elementos materiales, elementos físicos y elementos personales, que nos ayudaran a medir en el proceso de verificar el nivel de calidad.

La calidad del servicio desde el ámbito de la gestión pública.

En los últimos años el término calidad de servicio está teniendo un papel muy protagónico en el sector público, debido a que se ha extendido a todos los niveles de las organizaciones del Estado, dejando de ser percibida como exclusiva de las empresas privadas. Hoy en día el Estado está preocupado por ofrecer servicio que cumplan con estándares de calidad, es así que se ha visto obligado a adoptar diferentes herramientas de gestión que le permitan brindar un servicio eficiente, eficaz y con calidad, ya que a diferencia del sector privado que la calidad es utilizada para competir con las demás en el caso del estado tiene una naturaleza diferente, debido a que el estado utiliza estos principios con la finalidad de brindar un mejor servicio a la ciudadanía y por ende alcanzar la satisfacción de los mismos, es por ello que la calidad en los servicios ha pasado a ser parte de la visión de las organizaciones estatales transformado así el modo de ser vistas, puesto que solamente se logrará la calidad si los servicios se brinda con eficiencia, eficacia, justicia y equidad, así como con un proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora continua.

Leeuw (1996, p. 92) (citado en García, 2007) refiere que “la nueva gestión pública enfatiza en la aplicación de los conceptos de economía, eficiencia y eficacia en la organización gubernamental, así como en los instrumentos políticos y sus programas, esforzándose por alcanzar la calidad total en la prestación de los servicios”, todo ello, dedicando menor atención a las disposiciones procedimentales que muchas de ellas están inmersas dentro de trámites burocráticos que lo único que harán es envolver a los usuarios en trámites engorrosos; lo que hoy en día se busca es tener procesos mucho más dinámicos que permitan a los usuarios realizar sus trámites en menos tiempo y de la manera más sencilla.

Como resultado a todo lo mencionado en los puntos precedentes se puede observar que la nueva gestión pública busca una correcta eficaz y eficiente administración de los servicios públicos, una administración que satisfaga las necesidades de los ciudadanos en tiempo y economía, promoviendo para ello el uso de mecanismos de competencia que conlleven a ofrecer servicios de mayor calidad. Todo ello rodeado de sistemas de control que muestren transparencia en los procesos, planes y resultados, como es el caso del centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte (MAC), el cual ha sido creado dentro del proceso de modernización y ha pasado a ser una alternativa para los ciudadanos en cuanto facilita el poder realizar diversos trámites que brinda el estado en un solo lugar con horarios extendidos y en el menor tiempo posible.

Perspectiva teórica de la calidad y el servicio.

La calidad ha ido evolucionado en el tiempo, convirtiéndose en una forma de gestión que introduce el concepto de mejora continua en cualquier institución ya sea pública o privada llegando a todos sus niveles, afectando a todas las personas y procesos relacionados con dicha institución, razón por la cual hoy en día se ha convertido en una herramienta fundamental de toda organización.

Es así que autores como Juran (1951), Deming (1989) y Crosby (1987), son considerados por muchos como los grandes estudiosos de la calidad, debido a que sus definiciones y puntos de vista han significado y son el punto de partida de muchas otras investigaciones.

Teoría de Deming

Para Deming (1989) citado en Vargas y Aldana (2014), la calidad es: “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”, Deming mencionaba que:

Para asegurar la calidad, es necesario que la alta dirección de la organización este convencida de la necesidad del cambio, que haga suya la política de satisfacción al cliente, que entienda que tipo de cambios debe impulsar en la organización, para que esta sea de calidad, desde la recepción del cliente hasta el servicio de garantía y que comprende el significado concreto de mejorar la calidad para que pueda traducirlo en acciones específicas en todo los ámbitos de la organización.

Teoría de la planificación para la calidad.

Liderada por Juran (1951) citado en Vargas y Aldana (2014), quien enfatizó en la responsabilidad que tiene la administración para poder mejorar el cumplimiento de las necesidades de los clientes, siendo una de sus aportaciones la “trilogía de la calidad” que se compone de tres procesos administrativos: planear, controlar y mejorar. Procesos que según Juran se basan en: determinar quiénes son los clientes, así como sus necesidades y lograr traducirlas al lenguaje de la compañía, y a la vez desarrollar un producto que responda a dichas necesidades.

Juran decía que para mejorar la calidad de la cual hace referencia en su trilogía es tarea y responsabilidad de los altos directivos de realizar planes de calidad y establecer metas, dichas metas de mejora de calidad deben ser

desplegadas hacia abajo y en forma jerárquica, para ello planteó una estrategia de diez pasos para implementar la mejora, dentro de las cuales hace referencia a impartir capacitación, así como dar el debido reconocimiento individual, es así que analizando lo que Juran ha mencionado respecto a la calidad cabe destacar los siguientes aspectos que pese al paso de los años siguen vigentes; él estableció también que: “la mejor parte es identificar a los clientes y sus necesidades”, esto es no solo se debe imaginar quien es el cliente y lo que quiere, sino que es muy importante investigar e identificar sus necesidades, además Juran menciona que la responsabilidad de la calidad y la mejora de los procesos debe ser parte de la responsabilidad de la alta dirección.

Teoría de la calidad Total.

Ishikawa (1976) citado en Vargas y Aldana (2014), quien menciona que el control total de la calidad es una nueva filosofía de la administración que debe convertirse en uno de los principales objetivos de la compañía y que para ello se deben establecer metas a largo plazo, pero siempre anteponiendo a la calidad en todas las decisiones, mencionando que: “el control total de la calidad solo es posible cuando la gerencia se compromete en los procesos y todo el personal se responsabiliza del autocontrol”, enfatizando que el control total de la calidad es una responsabilidad de todos los miembros y áreas de la empresa, señalando asimismo que es una tarea del grupo eliminar las causas de la mala calidad, y no solamente los síntomas.

Teoría de cero defectos

Crosby (1978) citado en Vargas y Aldana (2014), refirió que la clave de la calidad está en hacerlo bien y a la primera vez y que este principio, actitud de hacerlo bien, es la base del cambio hacia a la calidad, es decir que sea posible ofrecer un producto o servicio que cumpla con los requisitos y expectativas del cliente; para él, la calidad es “cero defectos”.

Teoría de la excelencia

Lidera por Peters, Waterman y Austin (1984) citado en Vargas y Aldana (2014), reconocidos investigadores estadounidenses, quienes coinciden en afirmar que los grandes negocios son exitosos en la medida que apliquen los principios de la calidad y del servicio, razón por la cual se puede afirmar que sus principios son una combinación entre la competitividad, la calidad, la innovación y la excelencia de tal manera que se logre alcanzar el tan deseado éxito.

Afirman además, que las empresa excelentes son aquellas que están siempre innovando, asimismo manifiestan que la excelencia se basa en pensar en grande y comenzar en pequeño y que como valores deben estar presentes el autorespeto y la persistencia, así como también se debe manifestar un trato cortés y la innovación de manera constante ya que esta es la base para un mejoramiento continuo.

Teoría de la diferenciación a través del servicio al cliente

Liderada por Horovitz (1983) citado en Vargas y Aldana (2014), para quien la excelencia se centra en un coeficiente de calidad que se deriva entre lo obtenido y el precio que se ha pagado esta teoría centra su atención en como competir a través del servicio y como mejorar la satisfacción de los clientes ésta teoría va desde la fidelización hasta la creación de una cultura de servicios, su premisa es que la excelencia en el servicio conlleva a alcanzar la satisfacción del cliente.

Teoría de servucción

Desarrollada por Eiglier y Langeard (1989) citado en Vargas y Aldana (2014), esta teoría partió de una necesidad de sistematizar la producción del servicio desde el proceso de diseño hasta la fabricación del servicio y su evaluación, mencionan que en el proceso de producción del servicio se requiere del talento humano con orientación al servicio, señalan que es a partir de éste proceso que se pueden determinar los soportes físicos necesarios y el personal, la calidad del

servicio se alcanza al satisfacer las expectativas de los clientes, ya sea en el servicio principal, así como en los aspectos complementarios que involucran al servicio.

Teoría de las brechas.

Desarrollada por Parasuraman Zeithalm y Berry (1985) citado en Vargas y Aldana (2014), esta teoría está basada en el modelo de las 5 brechas del servicio, ellos afirman que, es muy importante conocer las expectativas del cliente para así poder anticiparse a la solución de estas de manera proactiva y positiva, esta teoría estudia a la calidad a través de 5 dimensiones (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles), las misma que nos permitirán medir la calidad del servicio.

Modelo de medición de la calidad del servicio SERVQUAL

En la debida importancia de la satisfacción del cliente para las organizaciones surgieron herramientas de medición, es así que en la evolución del servicio se pueden distinguir tres escuelas, la nórdica liderada por Gronroos (1997) y Gummensson (1998) , quienes han defendido que el servicio es una función empresarial; La americana, liderada por Parasurman, Zeithalm y Berry (1991), quienes han defendido la relación entre la función calidad y marketing de servicios, aportando nuevos elementos al ya conocido marketing de productos, mediante la metodología SERVQUAL, que consiste en evaluar la calidad del servicio mediante cinco aspectos: Elementos tangible, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; y la escuela Hispana, liderada por estudiosos argentinos, colombianos y mejicanos, quienes hacen énfasis en la voz del cliente.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985) desarrollaron el modelo denominado “análisis de las brechas” el esquema se basa en la idea de que la evaluación de la calidad surge de la comparación que los usuarios realizan entre el servicio percibido y sus expectativas.

Las expectativas, vienen a ser el servicio esperado, la cual está formada a través de varios factores, fundamentalmente son: las necesidades personales, la comunicación boca a boca, la experiencia anterior y la comunicación externa que realiza la organización con los usuarios, en términos generales es lo que el cliente espera de un servicio para quedar satisfecho.

Las percepciones: Fernández y Bajac (2012), refieren que “el servicio percibido es el que el cliente siente que obtiene y que éste dependerá fundamentalmente del propio servicio, o sea del servicio entregado”, debido a que es través de las percepciones que nos va a permitir saber cómo el usuario ha valorado el servicio, cuál es la apreciación que ha tenido de éste y cuál es la experiencia que se lleva, aspectos que se verán reflejados al momento de la encuesta, es así que la diferencia entre las expectativas y la percepción del servicio podrán ser positivas, negativas o neutras, las mismas que determinaran el nivel de calidad del servicio y por ende la satisfacción de los usuarios.

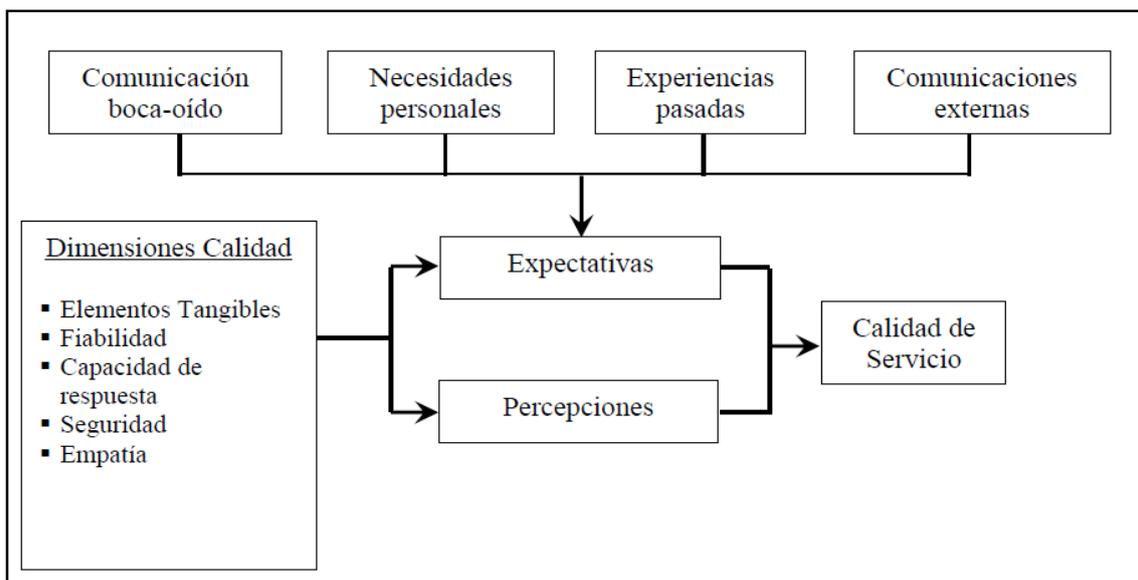


Figura 1. calidad total de la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores.

Fuente: Parasuraman Zeithaml y Berry (1993)

Brechas del modelo SERVQUAL

Las brechas propuestas por los autores del SERVQUAL señalan la diferencia entre los aspectos importantes de un servicio, como lo son las necesidades de los clientes, la experiencia misma del servicio y las percepciones que tienen los empleados de la empresa con respecto a los requerimientos de los clientes.

Brecha 1: En esta brecha se evalúa las diferencias entre las expectativas del cliente y la percepción que el gerente tiene de ésta. Es importante analizar esta brecha ya que generalmente los gerentes consideran el grado de satisfacción o insatisfacción de sus clientes en base a la cantidad de quejas que reciben sobre el servicio. Siendo éste un pésimo indicador para medir calidad, debido a que la relación entre los clientes que se quejan y los clientes insatisfechos es mínima, por ello las organizaciones deben tener con sus empleados encargados de atender a los usuarios una buena comunicación, debido a que es el empleado el que puede identificar mejor sus actitudes y comportamiento y poder retroalimentarse.

Brecha 2: ocurre entre la percepción que el gerente tiene de las expectativas del cliente, las normas y los procedimientos de la empresa. Se estudia ésta brecha debido a que en muchos casos las normas no son claras para el personal, lo cual genera cierta incongruencia con los objetivos del servicio.

Brecha 3: Se presenta entre lo descrito en las normas del servicio y el servicio prestado. La principal causa de esta brecha es la falta de orientación de las normas hacia las necesidades del cliente, lo cual se ve reflejado directamente en un servicio pobre, deficiente y de muy mala calidad, no llegando a cubrir las expectativas.

Brecha 4: Esta se produce cuando al cliente se le promete una cosa y se le entrega otra. Esto suele ocurrir como resultado de una mala promoción y publicidad, en la que el mensaje que se transmite al consumidor no es el correcto.

Brecha 5: Esta brecha está representada por la diferencia entre las expectativas que se generan los clientes antes de recibir los servicios y la percepción que estos obtienen del mismo una vez recibido, esta es la brecha en la que se basa el SERVQUAL.

1.3. Justificación

Justificación metodológica.

La presente investigación, se realizó bajo el enfoque cuantitativo, y de un diseño no experimental descriptivo. Así mismo los instrumentos que se aplicaron en esta investigación, fueron adecuados, fundamentados y validados por lo que han proveído resultados veraces y coherentes con el tipo y diseño de la investigación; la simplicidad de su aplicación e interpretación los convirtió en valiosos y útiles herramientas para futuras investigaciones que consideren variables relacionadas a la calidad del servicio, satisfacción de los usuarios entre otras.

Justificación práctica.

El aporte de este trabajo de investigación es fundamental, porque permite a los funcionarios, servidores, directivos y asesores del Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, comprender los diferentes componentes de la calidad del servicio, así como percibir las dimensiones que la componen y conocer la relación que tienen cada una de estas con el nivel de calidad de servicio que se brinda en cada área de trabajo del centro de atención. La información proporcionada por este trabajo de investigación dota de datos reales, que pueden ser empleados en el desarrollo de un diagnóstico eficiente y plantear en función de éste, estrategias adecuadas para promover el desarrollo de un servicio de calidad a la comunidad.

Justificación en el ámbito de la gestión pública.

Los resultados de la investigación han servido para la mejora de la gestión de la administración pública haciendo posible asegurar la calidad en los servicios, comprobando que se cumplan las normas en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, elevando los estándares de aplicación de todos los procesos y etapas de la administración, con la participación activa de los directivos, administrativos y asesores, con la finalidad de elevar la satisfacción de los usuarios que acuden al centro de mejor atención, ya que las opiniones de los usuarios son información útil en la mejora de la calidad y que además ha permitido cumplir con uno de los más anhelados objetivos y razones de la existencia de dicho centro el cual ha sido creado dentro del marco de la modernización del Estado para brindar una atención y servicios de calidad.

1.4. Problema

Los servicios públicos desde hace décadas han sido ajenos al enfoque de la calidad en la administración pública, habiéndose ocasionado con ello que la administración pública sea muy mal vista, es así que hoy se hace cada día más necesaria la reforma de la administración pública, debido a que uno de los objetivos de toda institución es incrementar y mejorar la calidad de los servicios públicos para así poder encontrar la satisfacción de los ciudadanos. Es por ello que el proceso de modernización de la Gestión Pública está buscando mejorar las capacidades de gobierno y gestión del Estado, así como de todas y cada una de las entidades públicas, con lo cual, se busca garantizar el acceso a bienes y servicios públicos de calidad (Presidencia del Consejo de Ministros, 2013).

Se considera que, una de las funciones de los empleados del gobierno en la que pasan mayor parte de su tiempo, es brindando servicios a los ciudadanos que lo requieren, por ello es conveniente pensar en capacitaciones continuas de dichos servidores públicos en servicios de atención al usuario, convirtiéndose en una necesidad permanente, a la cual no se le está dando la debida atención, ocasionándose un enorme malestar que se ve reflejado en la gran cantidad de

quejas de los usuarios del servicio público. El público merece un servicio competente, eficiente y sensible por parte del gobierno y de los organismos públicos; motivo por el cual deberán existir constantes evaluaciones, debido a que de manera general, existen principios básicos como: celeridad, accesibilidad, fiabilidad y mejora continua, que nos lleven a la calidad del servicio y por ende a la satisfacción de los usuarios (Pereira, 2013).

Las quejas de los usuarios se originan cuando la percepción de la calidad de un servicio está en desacuerdo con los principios de buenas prácticas administrativas teniendo en cuenta que un servicio deficiente, lento y de mala calidad, afecta negativamente a la organización; es así, que el servicio pasa a ser un gran reto cuando los usuarios son grupos grandes como pueden ser la población de una ciudad o de todo un país (Pereira, 2013).

Por ello es, importante preocuparse por los niveles de satisfacción de los usuarios, teniendo en cuenta que dicha condición está relacionada directamente con los niveles de calidad del servicio, donde existe la necesidad de evaluar continuamente el nivel de satisfacción de los usuarios con la finalidad de mejorar la prestación del servicio; haciendo uso de métodos y herramientas, que permitirán la identificación, análisis y resolución del problema; puesto que la forma más directa de incidir en la satisfacción del usuario es mediante el compromiso de la organización, orientado a elevar la calidad en el servicio, porque un usuario satisfecho contribuye con la buena imagen de la institución, razón por la cual las organizaciones deben mejorar de forma permanente la calidad en los procesos y procedimientos dichas mejoras deben de ser consecuencia de un examen riguroso de la situación real de cada organización y de cómo esta viene prestando sus servicios (Morillo, 2009).

De igual modo, es muy importante también trabajar con hechos y datos de forma que se pueda concretar la satisfacción del usuario, que a su vez se considera como una medida del desempeño en la prestación del servicio, siendo que la obtención de los mejores resultados será consecuencia de las mejoras en los sistemas de información y atención, debido a que el control que se realice de

la calidad no sólo es tarea del departamento de control, sino que también es responsabilidad de todos y cada uno de los empleados que trabajan en la administración pública, de forma que la búsqueda de la calidad y la satisfacción debe ser un compromiso compartido por todo el personal.(Morillo, 2009).

Asimismo, (Villa, 2014 p. 88) adujo que, en la administración pública existe una ausencia de competencia, debido a que el usuario depende de la Administración para resolver determinadas cuestiones. No puede acudir a ningún otro sitio, como si puede hacerlo el cliente de una empresa privada que puede cambiar de proveedor cuando lo desea, en este contexto el servicio público no comprende que orientarse al ciudadano es una estrategia de servicio, que si bien no puede ser tan extensiva y comprensiva como la privada, si puede evitar que el ciudadano se sienta desatendido, insatisfecho y maltratado. Además se debe entender al ciudadano como cliente, ya que en realidad es el que sostiene la administración pública mediante la tributación de tasas e impuestos y que por lo tanto el ciudadano como contribuyente tiene derecho a exigir un buen servicio, como usuarios de servicios públicos.

En ese sentido, y tomando en cuenta todo lo expuesto en los puntos anteriores, la presente investigación trata de determinar la calidad del servicio percibido por los usuarios del área de relaciones exteriores del Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016, con la finalidad de detectar o retroalimentar algunos aspectos que nos conducirán a brindar un mejor servicio a los ciudadanos, porque un estado moderno y con buena gestión pública genera resultados que impactan positivamente en la vida de todos los ciudadanos, teniendo en cuenta que la calidad del servicio en el sector público es uno de los factores de bienestar social.

Problema general.

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?

Problemas específicos.

Problema específico (1)

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión fiabilidad del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?

Problema específico (2)

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión capacidad de respuesta del área de Relaciones Exteriores en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?

Problema específico (3)

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión seguridad del área de Relaciones Exteriores en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?

Problema específico (4)

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión empatía del área de Relaciones Exteriores en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?

Problema específico (5)

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión elementos tangibles del área de Relaciones Exteriores en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?

1.5. Hipótesis General.

La presente investigación no requiere de hipótesis por ser univariable (descriptivo) y por no presentar una proposición del cual se tiene que emitir un juicio de valor que puede ser verdadero o falso. Supo (2015), “si el enunciado es una

proposición, entonces el estudio lleva hipótesis; si el enunciado no es una proposición, entonces el estudio no lleva hipótesis” (p. 34)

1.6. Objetivo General.

Describir el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016.

Objetivo Específico.

Objetivo específico (1)

Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión fiabilidad del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.

Objetivo específico (2)

Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión capacidad de respuesta del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.

Objetivo específico (3)

Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión seguridad del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.

Objetivo específico (4)

Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión empatía del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.

Objetivo específico (5)

Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión elementos tangibles del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.

II. Marco metodológico

2.1. Variables 1: Calidad de servicio.

Definición conceptual.- Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p.21), definen la calidad del servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones”.

2.2 Operacionalización de variables.

La variable en estudio es observable a partir de cinco componentes: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, dichos componentes sirvieron para medir tanto la percepción como la expectativa, los que fueron medidos con una escala tipo Likert, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo, para las expectativas y para las percepciones 1 es totalmente insatisfecho y 5 totalmente satisfecho

Tabla 2

Operacionalización de la variable Calidad del servicio percibido

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rango
Fiabilidad	Puntualidad	1,2	(1) Totalmente Insatisfecho	Insatisfecho ($<$ que 0)
	Compromiso	3,4,5		
Capacidad de respuesta	Precisión en el tiempo	6,7	(2) Insatisfecho	
	Disposición	8,9		
Seguridad	Confianza	10,11	(3) Indiferente	
	Credibilidad	12,13		
Empatía	Protocolo de atención Comprensión	14,15,16 17,18	(4) Satisfecho	Satisfecho ($>$ o = que 0)
Elementos tangibles	Elementos físicos	19,20	(5) Totalmente satisfecho	
	Elementos materiales	21		
	Elementos personales	22		

2.3 Metodología

Es de enfoque cuantitativo, y de nivel descriptivo: para Zorrilla (2013), “la investigación descriptiva también conocida como la investigación estadística, describe los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea, éste enfoque busca describir la realidad de los fenómenos a ocurrir” (p. 110)

El presente trabajo de investigación está elaborado bajo el enfoque cuantitativo, puesto que busca determinar la calidad percibida de los usuarios del área de Relaciones Exteriores del Centro MAC Lima Norte y se basa en la recolección de datos por medio de una encuesta que será aplicada a los usuarios del centro de mejor atención al ciudadano.

2.4 Tipos de estudio

El trabajo corresponde a una investigación básica descriptiva comparativa, con enfoque cuantitativo según la clasificación de Hernández, Fernández y Baptista (2010).

Básica, porque está orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y nuevos campos de investigación sin un fin práctico específico e inmediato; es decir, conocer nuevos conocimientos relacionados a la variable calidad del servicio.

Descriptiva, porque el propósito es describir como se manifiestan las variables en el momento de la investigación. Llevando a analizar y medir la información recopilada acerca de la variable de estudio, (Hernández, Fernández, Baptista, 2010). Los autores conceptualizan que la investigación descriptiva busca especificar propiedades características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describiendo tendencias de un grupo o población.

2.5 Diseño de investigación:

El diseño es descriptivo comparativo no experimental y transversal. En vista que se recolectó la información de manera directa, rápida y confiable en la realidad donde se presenta.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p245):

No experimental debido a que se realiza sin manipular deliberadamente las variables como la calidad de atención, en la cual se observa dichos fenómenos, de forma tal como sucede en el contexto real, para después analizarlo y transversal debido a que la recolección de datos se realiza en un solo tiempo, ya que pretende medir la calidad de atención en una sola vez. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Por tanto en la presente investigación se consideró el diseño descriptivo, dado que toma en cuenta una sola variable, no presentándose tratamiento alguno. Este diseño obedece al siguiente esquema

M → O

Dónde:

M: Muestra

O: Variable calidad del servicio

2.6 Población, muestra y muestreo

Población

Hernández et al (2006) refirió que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 65). Es la totalidad

del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

La población del presente estudio de investigación estuvo conformada por 100 usuarios del área de relaciones exteriores del centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte 2016.

Muestra

Según Bernal (2006), “la muestra es una parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre el cual se efectuará la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p. 165).

Muestreo no probabilístico intencional

Es aquel en el cual el investigador selecciona según su propio criterio sin ninguna regla matemática o estadística. El investigador procura que la muestra sea lo más representativa posible para lo cual es necesario que conozca objetivamente las características de la población (Díaz 2007).

Criterio de inclusión

Muestra

La muestra estará conformada por usuarios de Relaciones Exteriores que recibieron el servicio en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte durante el 2016.

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos

La técnica utilizada en la presente investigación es la encuesta, que es una técnica basada en preguntas dirigidas a un número considerable de personas, utilizando cuestionarios que mediante preguntas efectuadas en forma personal, telefónica o correo permiten indagar las características, opiniones, costumbres, hábitos, gustos, etc. de una comunidad determinada. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Se utilizó la técnica de la encuesta, en base a un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL de Zeithalm, Parasuraman y Berry (1993), el cual consta de 44 preguntas en total que fue adaptado para poder obtener información subjetiva sobre las expectativas y percepciones de la “calidad del servicio”, según los usuarios del área de Relaciones Exteriores del centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte.

Instrumento de recolección de datos:

Según la técnica de la investigación realizada, el instrumento utilizado para la recolección de información fue el cuestionario. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2010) indican que “consiste en un conjunto de preguntas de una o más variables a medir” (p.217).

En la presente investigación se utilizó una encuesta basada en el modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), del mismo que se realizó una adaptación al contexto de un Centro de Atención al Ciudadano y así poder recoger información sobre la realidad de cómo se encuentra la calidad en la atención en las áreas anteriormente mencionadas.

Asimismo el cuestionario del modelo SERVQUAL se caracteriza por 22 ítems que están agrupados en cinco dimensiones (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles), y se encuentra validado internacionalmente y tiene como objetivo medir el nivel de calidad de un servicio en base a la diferencia entre las expectativas y las percepciones que el cliente hace la valoración.

La encuesta o instrumento de evaluación consta de dos cuestionarios:

Cuestionario 1

Que tiene por finalidad medir las expectativas del servicio en el área de Relaciones exteriores del centro de atención al ciudadano de Lima Norte, periodo 2016. La finalidad de éste cuestionario es recoger información de manera general de los usuarios encuestados.

Cuestionario 2

En el cual el ciudadano plasma la percepción que tuvo sobre el servicio que recibió.

Cuestionario SERVQUAL (expectativas y percepción)

Éste cuestionario SERVQUAL está conformado por 22 preguntas de opinión acerca de las expectativas y 22 preguntas de opinión sobre las percepciones de la calidad del servicio de atención. Asimismo los 22 ítems se encuentran divididos en cinco dimensiones de evaluación, cada pregunta permite cinco alternativas de acuerdo a la escala de Likert, asimismo las preguntas se distribuyeron por cada dimensión según la siguiente tabla.

Tabla 3.

Operacionalización de las preguntas por dimensiones

Dimensiones	preguntas
Fiabilidad	1 al 5
Capacidad de respuesta	6 al 9
Seguridad	10 al 13
Empatía	14 al 18
Elementos tangibles	19 al 22

Ficha técnica del instrumento para medir la Calidad del servicio

Nombre: Cuestionario para medir la Calidad en el servicio en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, Periodo 2016.

Autores: Adaptado del SERVQUAL

Forma de aplicación: Individual.

Grupo de aplicabilidad: adultos

Duración: 20 minutos.

Objetivo: Determinar cuantitativamente la expectativa y percepción de la Calidad del servicio.

Descripción: Los cuestionarios están compuestos por 22 ítems cada uno, El cuestionario de expectativas de la calidad del servicio fue estructurado bajo una escala tipo Likert la misma que maneja el SERVQUAL reducida a cinco categorías, debido a que simplifica el llenado de los cuestionarios y a su vez facilita la interpretación de la información que nos va a dar como resultado la encuesta, quedando de la siguiente manera: totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4), totalmente de acuerdo (5), y el cuestionario de percepción de la calidad del servicio de igual

manera fue estructurado bajo una escala de tipo Likert de cinco categorías: totalmente insatisfecho (1), insatisfecho (2), ni satisfecho ni insatisfecho (3), satisfecho (4), totalmente satisfecho (5).

Baremo del cuestionario de calidad del servicio percibido:

Percepción \geq expectativa = Satisfacción

Percepción $<$ expectativa = Insatisfacción

2.8 Validez y confiabilidad de los instrumentos.

Validez

Los instrumentos adaptados pasaron por validez de contenido denominado juicio de expertos, habiéndose observado su pertinencia, relevancia y claridad, dichos resultados se aprecian en la siguiente tabla.

Tabla 4

Juicio de expertos.

Expertos	Expectativas del servicio	Percepción del servicio
Dra. Méndez Ilizarbe Gliria Susana	Aplicable	Aplicable
Dr. Soto Quiroz Roger Iván	Aplicable	Aplicable
Mag. Vega Guevara Miluska	Aplicable	Aplicable

Confiabilidad

Sobre la confiabilidad, Soto (2005, p. 72) nos dice que la confiabilidad se refiere a la credibilidad que brinda el instrumento, y esto se verifica si al aplicar repetidas veces dicho instrumento, nos da los mismos resultados o valores muy cercanos, es así que los instrumentos fueron sometieron a la confiabilidad mediante el alfa de cronbach. Se aplicó con una prueba piloto a 30 usuarios del servicio de atención, midiendo las expectativas y percepciones sobre el servicio, obteniéndose como coeficiente de confiabilidad para las expectativas un alfa de cronbach de ,9.21 y para las percepciones un alfa de cronbach de ,9.06 por ello

se puede afirmar que los ítems se encuentran muy relacionados entre sí, lo que implica que los documento tienen una alta confiabilidad.

Tabla 5

Análisis de confiabilidad por dimensiones

Dimensiones	Alfa de cronbach	
	Expectativas	Percepciones
Fiabilidad	,729	,732
Capacidad de respuesta	,817	,803
Seguridad	,894	,807
Empatía	,889	,820
Elementos tangibles	,852	,751

Tabla 6

Análisis de fiabilidad de los cuestionarios expectativa y percepción

Nro. de elementos	Servqual	Alfa de cronbach
22	Expectativa	,921
22	Percepción	,906

2.9 Métodos de análisis de datos

Para el análisis de los datos, luego de tener las encuestas de expectativa y percepción de ambas pruebas, se hizo el baseado de los resultados en Excel, creando para ello dos bases de datos, con la finalidad de obtener las diferencias por cada pregunta de las dimensiones de la variable en una tercera base de datos; de esta forma, nos permitirá disponer de puntuaciones sobre la percepción y expectativa respecto a cada característica del servicio evaluado la diferencia que existe entre ambas indicará los déficits de calidad cuando la puntuación de expectativa haya superado a la percepción, es así como nos permitirá medir la brecha 5, que es en la cual se basa el SERVQUAL para medir la calidad, debido a que las brechas del 1 al 4 están referidas al ámbito interno de la organización. Siendo así se podrá discriminar entre los valores mayores o iguales a cero y los

valores menores a cero que serán los que sirven para medir el nivel de calidad y por tanto conocer la calidad del servicio y de esa manera conocer si tenemos ciudadanos satisfechos o insatisfechos con el servicio ofrecido.

Para el análisis descriptivo se trabajó con la ayuda de Excel, procediéndose luego a la elaboración de los gráficos que nos ayudaron a describir y ver la situación real de manera mucho más dinámica.

2.10 Aspectos éticos.

El presente trabajo de investigación se basa en la veracidad de los datos recopilados por los diferentes teóricos del mundo académico en los aspectos de antecedentes y las teorías que sirvieron de base para hacer las respectivas sugerencias, las mismas que han sido planteadas con la finalidad de que mejore la imagen de la institución y se siga ofreciendo servicios de la calidad.

Asimismo el presente trabajo de investigación ha cumplido con los criterios establecidos por el diseño de investigación cuantitativa de la universidad César Vallejo.

Así también, se ha cumplido con respetar la autoría de la información bibliográfica. Por ello se hace referencia de los autores con sus respectivos datos de editoriales.

iii. Resultados

3.1 descripción

Tabla 7

Distribución de preguntas en la dimensión fiabilidad

Nro. de pregunta	Ítems
P1	El tiempo de espera para recibir el servicio fue el adecuado.
P2	Los asesores concluyeron el servicio en el tiempo establecido.
P3	Frente a un problema sucedido los asesores mostraron un sincero interés en solucionarlo.
P4	Los asesores realizan bien el servicio desde la primera vez
P5	Los asesores cuentan con los recursos necesarios para realizar bien su trabajo.

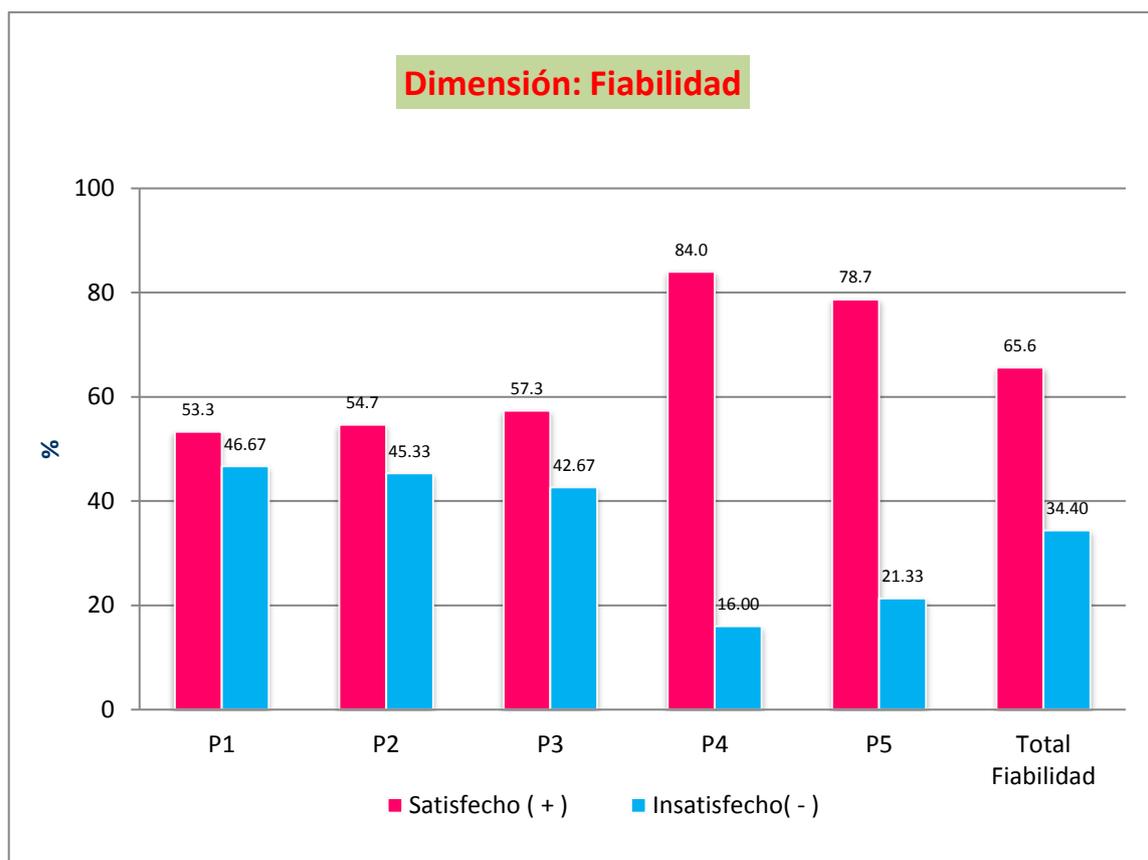


Figura 2. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión fiabilidad

Interpretación:

En la figura 2 observamos que el nivel de percepción de los usuarios en cuanto a la dimensión fiabilidad correspondiente al área de Relaciones Exteriores del centro de mejor atención al ciudadano, año 2016, de 75 encuestados, el 65.6% expresan estar satisfechos con el servicio recibido y tan solo un 34.40% manifiestan su insatisfacción.

De los resultados obtenidos se concluye que el nivel de calidad del servicio en la dimensión fiabilidad presenta un mayor porcentaje de insatisfacción en comparación con las otras dimensiones.

Tabla 8

Distribución de preguntas en la dimensión capacidad de respuesta

Nro. de pregunta	Ítems
P6	Los asesores comunican a los usuarios en tiempo establecido para cada trámite.
P7	Los asesores ofrecen un servicio rápido y eficiente a los usuarios.
P8	Los asesores siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.
P9	Siempre hay asesores disponibles para atender a los usuarios.

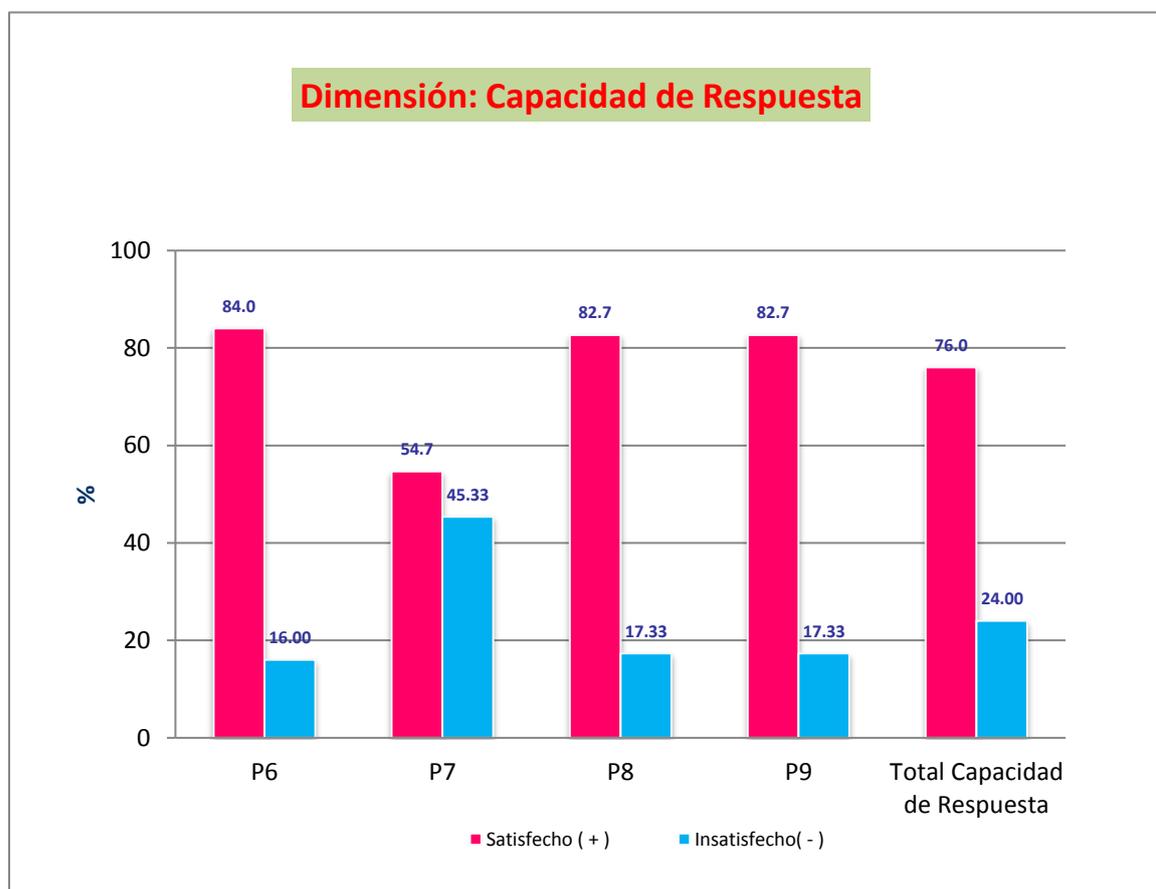


Figura 3. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta.

Interpretación:

En la figura 3, correspondiente a la dimensión capacidad de respuesta apreciamos una mejora en la calidad del servicio, debido a que del total de los

encuestados un 76% han expresado su satisfacción por el servicio recibido; asimismo se infiere que solamente el 24% expresa no estar satisfecho con el servicio.

De los resultados obtenidos se denota que: La dimensión capacidad de respuesta por parte del personal que labora en el área de relaciones exteriores del centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, presenta un buen nivel de satisfacción en los usuarios por lo cual se infiere que existe calidad del servicio.

Tabla 9

Distribución de preguntas de la dimensión seguridad

Nro. de pregunta	Ítems
P10	El comportamiento de los asesores transmite confianza a los usuarios.
P11	Los asesores demuestran un trato amable y cortés con los usuarios.
P12	Como usuario me siento seguro de los trámites realizados en la entidad.
P13	Los asesores orientan y explican de manera clara y adecuada sobre los trámites a realizar.

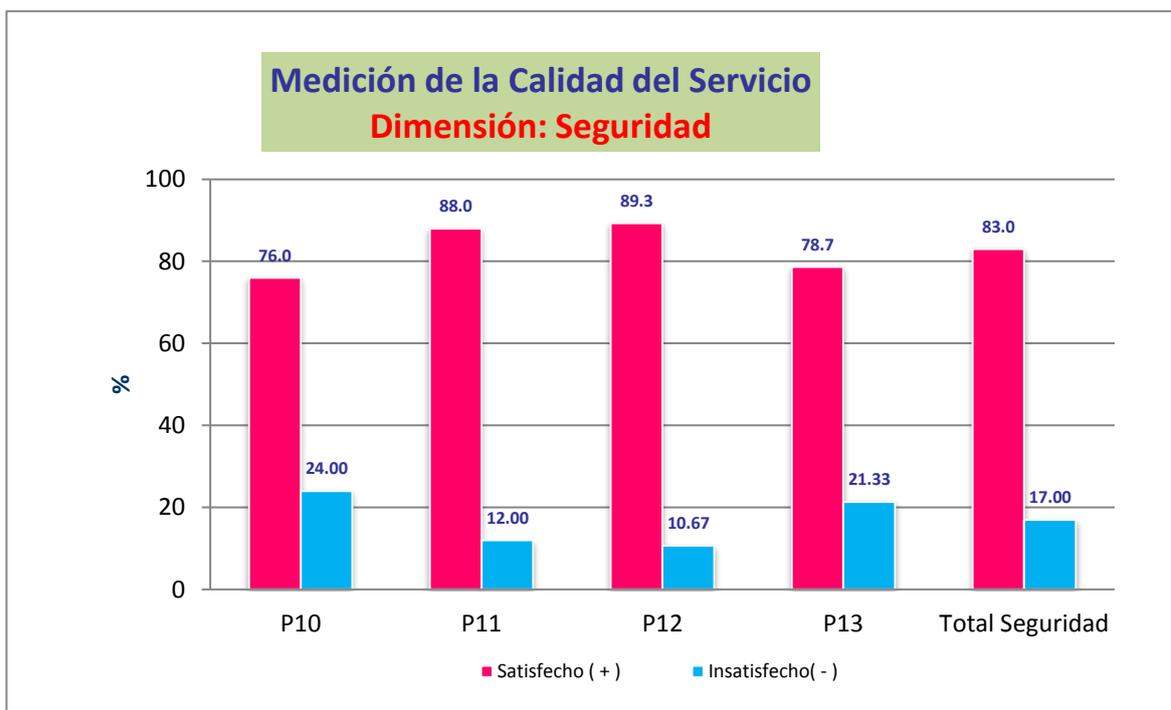


Figura 4. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión seguridad

Interpretación:

En la figura 4, correspondiente a la dimensión seguridad se aprecia una mejora sustancial en la calidad del servicio, toda vez que existe un grupo representativos del 83% que manifiesta estar satisfechos con el servicio recibido, teniendo un porcentaje muy bajo de tan solo 17% que expresaron su insatisfacción con el servicio recibido.

De los resultados obtenidos se evidencia que el personal ha cubierto en gran medida las expectativas de los usuarios, toda vez que el porcentaje de insatisfacción es muy bajo.

Tabla 10

Distribución de preguntas de la dimensión empatía

Nro. de pregunta	Ítems
P14	Los asesores brindan a los usuarios una atención individualizada.
P15	La institución tiene horarios convenientes para los usuarios.
P16	La institución cuenta con asesores que ofrecen una atención personalizada
P17	Los asesores muestran interés y preocupación por brindar una mejor atención a los usuario
P18	Los asesores comprenden los requerimiento y necesidades de los usuarios

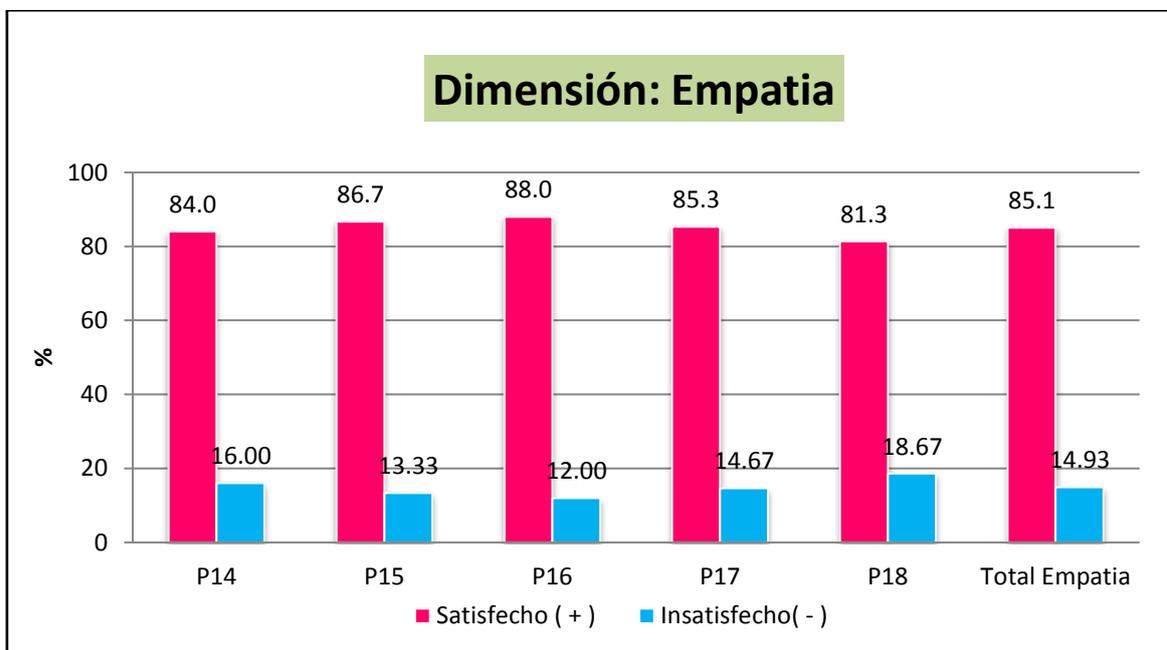


Figura 5. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión empatía

Interpretación:

En la figura 5, perteneciente a la dimensión empatía inferimos que del total de 75 encuestados, un 85.1% han expresado encontrarse satisfechos en cuanto al servicio en los aspectos que involucran a la definición de empatía, dicho resultados se ubica en el umbral que correspondería al 100%, del mismo modo sólo un 14.9% de usuarios han respondido no sentirse satisfechos por la atención brindada por parte de los asesores.

De los resultados obtenidos se concluye que: El nivel de calidad en la dimensión empatía ha obtenido los mejores resultados en comparación con las otras dimensiones.

Tabla 11

Distribución de preguntas de la dimensión Elementos Tangibles

Nro. de pregunta	Ítems
P19	Las instalaciones físicas del centro de mejor atención son visualmente atractivas.
P20	El centro de mejor atención cuenta con equipos de apariencia moderna.
P21	Los elementos materiales (folletos y señalizaciones, etc.) son claros, visibles y están bien ubicados.
P22	Los asesores del centro de mejor atención tienen una apariencia pulcra.

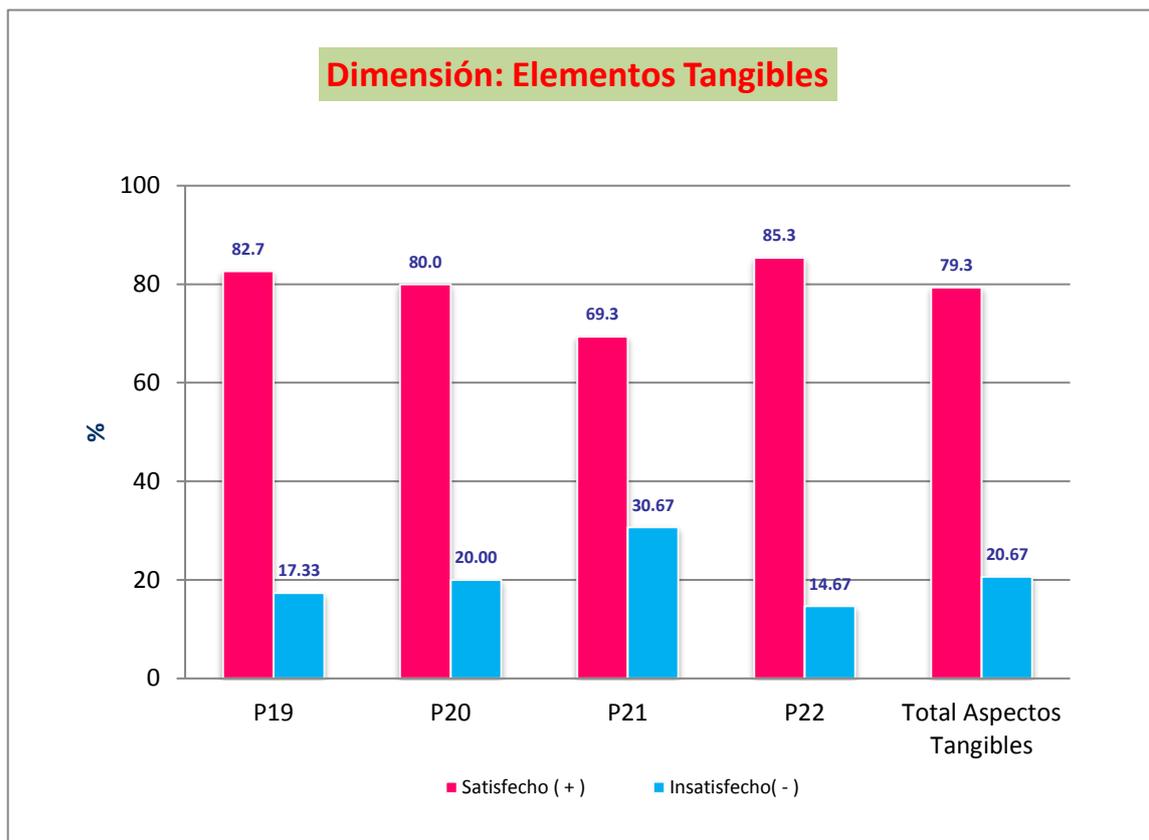


Figura 6. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles

Interpretación:

En la figura 6, correspondiente a la dimensión elementos tangibles apreciamos una mejora en la calidad del servicio, debido a que del total de los encuestados en el orden del 79.3% de un total de 75 encuestados han expresado su satisfacción por el servicio recibido, asimismo se infiere que solamente el 20.6% expresa no encontrarse satisfechos.

De los resultados alcanzados se puede inferir que el nivel de percepción de los usuarios ha cubierto sus expectativas, esto nos indicaría que el concepto que involucra a esta dimensión que se refiere a la parte física como las instalaciones, equipos y personal son muy bien vistos y dan comodidad a los usuarios por ello presenta un índice alto en los resultados.

Tabla 12.

Distribución porcentual de las 5 dimensiones evaluadas en la calidad del servicio.

Dimensiones	Satisfecho (+)	Insatisfecho (-)
FIABILIDAD	65.6	34.40
CAPACIDAD DE RESPUESTA	76.0	24.00
SEGURIDAD	83.0	17.00
EMPATIA	85.1	14.9
ASPECTOS TANGIBLES	79.3	20.67
PROMEDIO DIMENSIONES	77.6	22.4

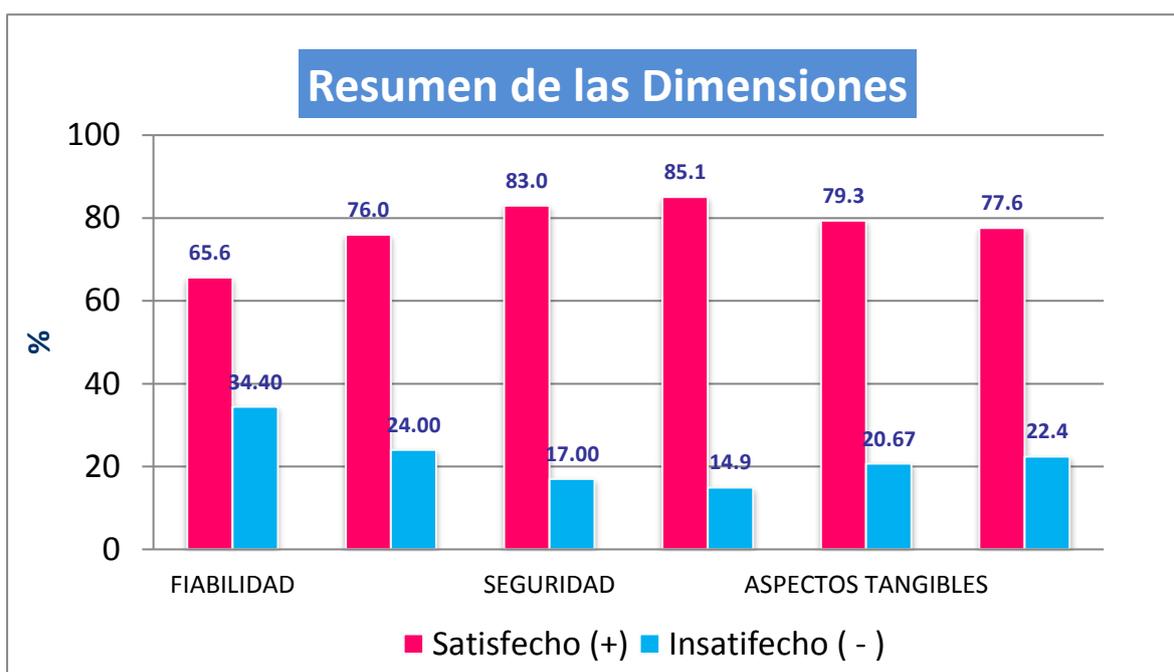


Figura 7. Distribución porcentual por dimensiones, respecto a la calidad del servicio

Interpretación:

De la tabla 12 y figura 7, correspondientes al resumen total de dimensiones se puede apreciar un buen nivel de satisfacción, debido a que el 77.6% han expresado su satisfacción por el servicio recibido, siendo que tan solo un 22.4% expresan no encontrarse satisfechos con algunos elementos del servicio. Asimismo, se puede apreciar que las dimensiones seguridad y empatía han alcanzado un mayor nivel de satisfacción con 83% y 85% respectivamente, de lo cual se puede inferir que el nivel de percepción de los usuarios ha cubierto sus expectativas, esto nos indicaría que los usuarios se sienten seguros y satisfechos en los trámites realizados, es por ello que se presenta un índice alto en los resultados, con lo cual se demuestran que si hay calidad del servicio.

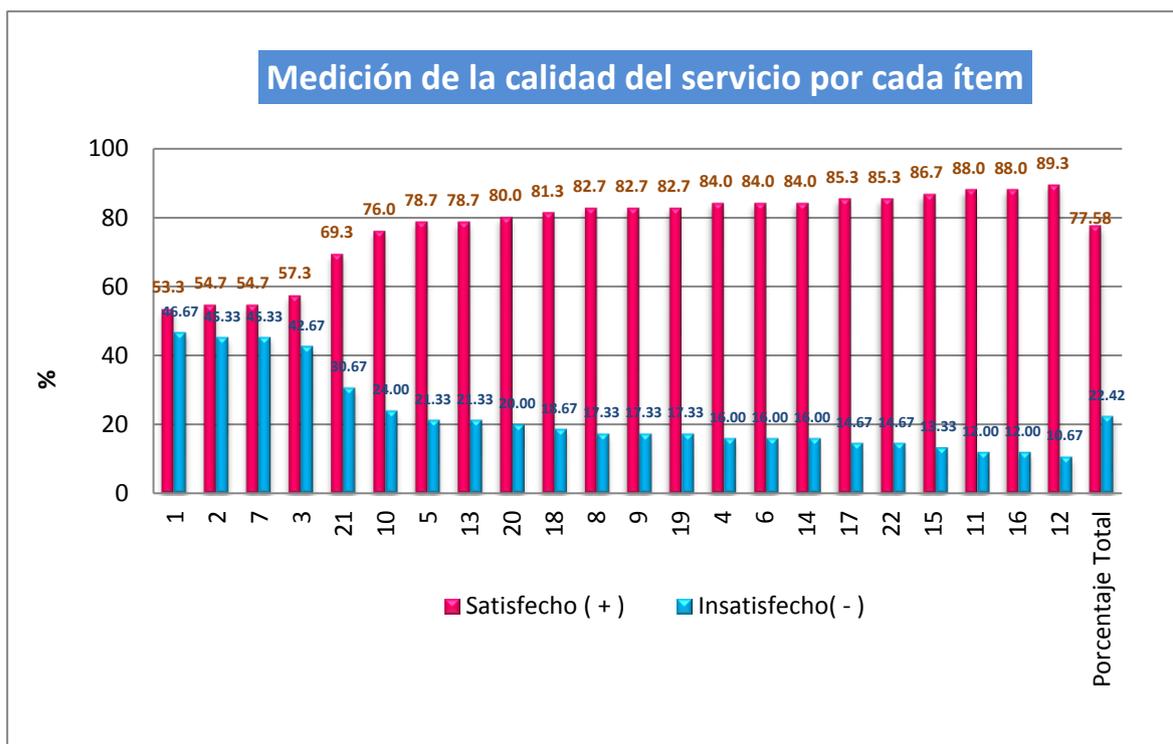


Figura 8. Distribución porcentual por cada ítem que conformó el cuestionario de calidad de servicios en el área de Relaciones Exteriores

Interpretación:

En la figura 8, correspondiente a la distribución porcentual por cada ítem que conformó el cuestionario de expectativas y de percepción se puede apreciar que en su mayoría están sobre el 60% de satisfacción, asimismo se observa que la pregunta 12 correspondiente a la dimensión seguridad, y que está referida a si como usuario me siento seguro de los trámites realizados en la entidad, ésta ha obtenido el más alto porcentaje llegando a 89.3% de satisfacción, razón por la cual se puede inferir que existe un buen nivel de satisfacción por lo que se diría que existe una mejora en la calidad del servicio, y que por lo tanto hay un buen nivel de calidad que conduce a la satisfacción de los ciudadanos.

Tabla 13.

Matriz de mejor, tabla ordenada según grado de insatisfacción, las opciones marcadas en rojo están consideradas como prioritarias para realizar las mejoras

Nº	Preguntas / Dimensiones	SATISFACCIÓN		INSATISFACCIÓN	
		Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
		n	%	n	%
1	P1= El tiempo que esperó para recibir el servicio fue el adecuado.	40	53.3	35	46.67
2	P2= Los asesores concluyeron el servicio en el tiempo establecido.	41	54.7	34	45.33
7	P7= Los asesores ofrecen un servicio rápido y eficiente a los usuarios.	41	54.7	34	45.33
3	P3= Frente a un problema sucedido, los asesores muestran un sincero interés por solucionarlo.	43	57.3	32	42.67
21	P21= Los elementos materiales (folletos, señalizaciones, etc.) son claros, visibles y están bien ubicados.	52	69.3	23	30.67
10	P10= El comportamiento de los asesores transmite confianza a los usuarios.	57	76.0	18	24.00
5	P5= Los asesores cuentan con los recursos necesarios para realizar bien su trabajo.	59	78.7	16	21.33
13	P13= Los asesores orientan y explican de manera clara y adecuada sobre los trámites a realizar.	59	78.7	16	21.33
20	P20= El Centro de Mejor Atención cuenta con equipos de apariencia moderna.	60	80.0	15	20.00
18	P18= Los asesores comprenden los requerimientos y necesidades de los usuarios.	61	81.3	14	18.67
8	P8= Los asesores siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	62	82.7	13	17.33
9	P9= Siempre hay asesores disponibles para atender a los usuarios.	62	82.7	13	17.33
19	P19= Las instalaciones físicas del Centro de Mejor Atención son visualmente atractivas.	62	82.7	13	17.33
4	P4= Los asesores realizan bien el servicio y a la primera vez.	63	84.0	12	16.00
6	P6= Los asesores comunican a los usuarios el tiempo establecido para cada trámite.	63	84.0	12	16.00
14	P14= Los asesores brindan a los usuarios una atención individualizada.	63	84.0	12	16.00
17	P17= Los asesores muestran interés y preocupación por brindar una mejor atención a los usuarios.	64	85.3	11	14.67
22	P22= Los asesores del Centro de Mejor Atención tienen apariencia pulcra.	64	85.3	11	14.67
15	P15= La institución tiene horarios de atención convenientes para los usuarios.	65	86.7	10	13.33
11	P11= Los asesores demuestran un trato amable y cortés con los usuarios.	66	88.0	9	12.00
16	P16= La institución cuenta con asesores que ofrecen una atención personalizada a los usuarios.	66	88.0	9	12.00
12	P12= Como usuario me siento seguro de los trámites realizados en la entidad.	67	89.3	8	10.67
Porcentaje Total			77.58		22.42

Interpretación:

En la tabla 13 se muestra la matriz de mejora, donde se puede apreciar de manera muy práctica que el área marcada de color rojo, es donde se ubican aquellas preguntas que formaron parte del instrumento y que corresponden a las dimensiones del cuestionario en general, y de lo cual se puede decir que estas inciden de manera negativa en la satisfacción del usuario, debido a que un buen porcentaje de los usuarios encuestados en estas preguntas no han superado sus expectativas, razón por la cual ha sido motivo de análisis, llegando a verificar que están relacionadas al tiempo que esperan por el servicio, el tiempo para concluir con el servicio, así como también la pregunta 03 que está referida a si frente a un problema sucedido los asesores muestran un sincero interés por solucionarlo, pues respecto a estos ítems se puede inferir que esto es ocasionado básicamente a que en la actualidad no se cuenta con asesores suficientes para ofrecer un servicio más rápido y eficiente, que permita cubrir las expectativas de los usuarios en un mayor porcentaje.

IV. Discusiones

Esta investigación tuvo como propósito generar un diagnóstico de la realidad de cómo se encuentra el nivel de calidad del servicio de atención a los usuarios que acuden al área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte. Para recabar información de la situación se ha hecho uso del modelo SERVQUAL, el cual ha sido adaptado a las necesidades del área y ha sido validado para ponerlo en marcha en el presente estudio.

En cuanto al objetivo principal, el cual fue describir el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016, se puede inferir que de los resultados obtenidos en la investigación de 75 usuarios encuestadas de manera general un 77.6% de los usuarios han manifestado encontrarse satisfechos con el servicio y tan solo un 22.4% manifestó encontrarse insatisfecho con el servicio, esto es del total del promedio de cada dimensión evaluada. Con lo cual se verifica que los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio, asimismo; si comparamos los resultados con los encontrados en estudios realizados en términos generales estos se asemejan a los que obtuvo en su investigación Alvarado (2015), quien al investigar sobre “la percepción de la calidad del servicio en la Municipalidad de la Perla – Callao, 2015”, que tuvo como objetivo determinar el nivel de calidad de servicio en la Municipalidad de la Perla, obtuvo como resultados generales que el 20% de los ciudadanos encuestados que acudieron a realizar trámites en dicha Municipalidad manifestaron su insatisfacción con el servicio y un 80%, exteriorizó encontrarse satisfechos con el servicio, resultados que coinciden con la presente investigación. Demostrándose así que la calidad en el servicio es necesaria debido a que nos permite mejor la imagen, credibilidad y confianza de la institución para diferenciarse de las demás, es así como Prieto (2014), aduce que: la razón de ser de una entidad es el usuario, y para él se aunaran esfuerzos en la prestación de un servicio para que éste sea el óptimo, mediante una relación interpersonal exitosa. Todo el personal de la institución es representante y proyector al usuario de su trabajo, el cual refleja su personalidad, su carácter, haciéndolo sentir único en el sector, ya que con la calidad en el servicio hará que el usuario se sienta a gusto porque le brinda comprensión, con base en conocimientos de los servicios que se ofrecen.

En cuanto a la dimensión de fiabilidad que del gráfico de resultados es la que tiene un mayor índice de insatisfacción, se pudo encontrar que 65.6% manifiestan estar satisfechos con el servicio, y un 34.4% manifestaron encontrarse insatisfechos con el servicio de atención, convirtiéndose así en la dimensión donde se presenta un mayor porcentaje de insatisfacción; en tal sentido se ha realizado un análisis de cada ítem con la finalidad de detectar dicha insatisfacción encontrando que en la matriz de mejora se ubica uno de los ítems correspondiente a esta dimensión y como el principal problema a superar, el ítem respecto a la pregunta número uno que trata sobre el tiempo que los usuarios esperaron para recibir el servicio, obteniendo ahí que un 53.3% manifestaron encontrarse satisfechos y un 46.6% manifestaron encontrarse insatisfechos, lo cual nos ha permitido determinar que, esto es ocasionado debido a que el centro de mejor atención al ciudadano es una plataforma de servicios múltiples, donde se ha unificado a la gran mayoría de entidades del estado, y pues al momento de ingresar no hay una debida calificación, haciéndolos formar largas colas, lo que incomoda a los usuarios que frecuentan el área de relaciones exteriores. En tal sentido, revisando los antecedentes se ha podido verificar que estos resultados coinciden en cuanto a la dimensión fiabilidad con el estudio de investigación de Morillo (2010), quien realizó la investigación sobre “la calidad en la atención y la satisfacción de los usuarios en instituciones financieras del Municipio libertador del estado Mérida”, donde pudo encontrar que se presentaban bajas percepciones en cuanto a los atributos de confiabilidad y responsabilidad, asimismo al realizar una comparación del promedio de las percepciones y las expectativas, esta diferencia se presenta ligeramente positiva, a excepción de atributos significativos para el usuario como lo son: la confiabilidad y la seguridad donde si existe un déficit de la calidad del servicio, asimismo de la matriz de mejora se puede apreciar que otra de las preguntas que también presenta un gran porcentaje de insatisfacción es también la referida a si se concluye el servicio en el tiempo establecido, obteniendo que un 54% está satisfecho y un 45.3% no está satisfecho, respecto a este punto es debido a que en el centro de mejor atención al ciudadano la atención a los usuarios es en horarios extendidos, y pues el área no cuenta con el suficiente personal para cubrir las expectativas, razón por la cual esto dificulta en algunas ocasiones concluir a tiempo con el servicio prometido, del

mismo modo se puede apreciar que coincide con la investigación realizada por Blanco y Rivero (2009), quienes investigaron sobre la “Calidad de servicio percibida por los clientes en las oficinas de atención al cliente (OAC) de una empresa telefónica”, teniendo como objetivo determinar la calidad de servicio que prestan dos Oficinas de Atención al Cliente (OAC) de la empresa telefónica nacional de Venezuela, donde también se concluye que la dimensión que posee mayor oportunidad de mejora es la dimensión referida a la atención al cliente respecto a la capacidad de respuesta y la fiabilidad, esto indica que los clientes valoran mucho el compromiso de la empresa de cumplir con el servicio a tiempo, así como de la comprensión de sus problemas, al respecto (Pereira, 2013), menciona que las quejas de los usuarios se originan cuando la percepción de la calidad de un servicio está en desacuerdo con los principios de buenas prácticas administrativas teniendo en cuenta que un servicio deficiente, lento y de mala calidad, afecta negativamente a las organizaciones; es así, que el servicio pasa a ser un gran reto cuando los usuarios son grupos grandes como pueden ser la población de una ciudad o de todo un país, como es el caso del centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, donde acuden ciudadanos de diferentes distritos de Lima a realizar diversos trámites administrativos, tomando lo definido por Cottle (1991), respecto a la fiabilidad, afirma que: la fiabilidad es la habilidad que poseemos para suministrar el servicio prometido en forma confiable, segura y cuidadosa, nos daremos cuenta que para incrementar la fiabilidad es necesario que los directivos, realicen estrategias que permita hacer una selección al momento de ingresar a las instalaciones del MAC y así se pueda mejorar en este punto, y por otro lado proveerse de más asesores con la finalidad de poder ofrecer un servicio oportuno y eficiente que cubra las expectativas de los usuarios.

En cuanto a la dimensión capacidad de respuesta, pues si bien es cierto uno de los ítems también ha salido marcado en rojo el cual debe ser superado, y que también está referido a la pregunta de si los asesores ofrecen un servicio rápido y eficiente, esto también está relacionado con el tiempo, y como se ha explicado en los puntos precedentes, todo esto se debe al poco personal con que cuenta el área de Relaciones Exteriores, lo cual hace que se refleje en las estadísticas. No obstante a ello en términos generales los usuarios se encuentran

satisfechos con el servicio, ya que de los resultados obtenidos un 76% ha manifestado encontrarse satisfecho con el servicio y tan solo un 24 % ha exteriorizado su insatisfacción, estudio que también se asemeja al realizado por Alvarado (2015), donde se puede encontrar que en cuanto a la dimensión que hace referencia a la capacidad de respuesta el 65% de los usuarios manifestaron encontrarse satisfechos.

No obstante, de los resultados también se puede apreciar que se ha obtenido un alto índice de satisfacción en cuanto a la dimensión empatía puesto que fue la dimensión favorecida con un índice mayor de porcentaje en cuanto a la satisfacción, encontrándose que el 85.1% de los encuestados expresaron estar satisfechos con los ítems que involucra a esta dimensión y tan solo un 14.9% no se encontró satisfecho, esto nos conduce a pensar que se está cumpliendo con la definición que realizan Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993), para quienes la empatía no es más que la atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores, situación que nos lleva a concluir que las áreas e instalaciones del MAC permiten que los asesores cuenten con módulos individualizados y esto a su vez facilite realizar una atención personalizada.

En cuanto a la dimensión elementos tangibles que de acuerdo a los indicadores están referidos a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, materiales, que de una u otra manera están relacionados con la comodidad que se les ofrece a los usuarios para recibir el servicio; en esta dimensión al igual que en la de empatía se puede concluir que se ha encontrado un alto índice de satisfacción, y que se ha podido superar las expectativas de los usuarios, llegando a asemejarse con la investigación que realizó Higa (2014), quien investigó sobre la “Percepción de la calidad del servicio de los usuarios de la agencia RENIEC Huaral, 2014” en cuanto a los elementos tangibles pudo encontrar como resultados que un 74% de los usuarios encuestados percibieron que los elementos tangibles eran los adecuados todo esto coincide con la definición que se tiene para esta dimensión dada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993. p. 29) para quienes la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación son elementos que siempre

deben asistir a un servicio para poder hablar de un servicio de calidad.

Ahora bien, debemos recalcar que en las estadísticas realizadas haciendo un análisis por cada dimensión se puede evidenciar de los porcentajes obtenidos que existe un buen nivel de satisfacción en los usuarios del área de Relaciones Exteriores, pero que además se puede mejorar los servicios; razón por la cual, es preciso mencionar que los niveles de calidad del servicio que han sido medidos a través de la puntuación del SERVQUAL se muestran positivos de manera global al haber sido cubiertas las expectativas de los usuarios a través de sus percepciones.

V. Conclusiones

Primera: Respecto a la calidad del servicio del área de Relaciones Exteriores del Centro de Mejor Atención (MAC), año 2016, en cuanto a la dimensión fiabilidad se ha podido determinar que el 65.6% de usuarios encuestados manifestaron estar satisfechos con el servicio y un 34.4% manifestó su insatisfacción, por lo cual se puede inferir que la dimensión fiabilidad es la dimensión de la calidad del servicio que tiene mayores porcentajes de insatisfacción en comparación con las otras dimensiones, situación que debe mejorar.

Segunda: En cuanto a la capacidad de respuesta se puede apreciar de los resultados una mejora en la calidad del servicio, debido a que del total de los encuestados que fueron según la muestra 75 usuarios un 76% han expresado su satisfacción por el servicio recibido, asimismo se concluye que solamente el 24% expresa no encontrarse satisfecho, razón por la cual de los resultados alcanzados se denota que la capacidad de respuesta por parte de los asesores del área de relaciones exteriores del centro MAC, tiene mejores resultados.

Tercera: Asimismo en cuanto a la seguridad se aprecia una mejora sustancial en la calidad del servicio, toda vez que el 83% de los usuarios encuestados manifestaron encontrarse satisfechos, y tan sólo el 17% expresan insatisfacción con el servicio, evidenciándose que existe una mejora sustancial habiéndose cubierto en gran medida las expectativas de los usuarios, debido a que el porcentaje de insatisfacción es muy bajo.

Cuarta: En cuanto a la empatía inferimos que del total de encuestados que han sido 75 usuarios, un 85.1% se encuentran satisfechos en los aspectos que involucran al servicio, dicho resultado se ubica en el umbral que correspondería al 100%, del mismo modo sólo un 14.9% de usuarios han respondido no sentirse satisfechos con la atención recibida por parte de los asesores, por lo cual se concluye que es la dimensión con mejores resultados en comparación a las otras.

Quinta: Del mismo modo, en los elementos tangibles se puede apreciar que resalta mucho el grado de satisfacción que tienen los usuarios, siendo que un 79.3% se encuentran satisfechos y solamente un 14.9 % considera estar insatisfechos; es necesario precisar que el Centro de Mejor atención al ciudadano ha sido creado en el proceso de modernización del estado; siendo así, cuenta con ambientes cómodos y agradables; maquinas modernas, todo implementados con la única finalidad de poder ofrecer las comodidades a los usuarios que esperan recibir un servicio, por lo que también se ha superado las expectativas de los usuarios.

En términos generales, se aprecia que existe un buen nivel de calidad toda vez que en la matriz de mejora es donde se puede apreciar de manera muy práctica que en el área marcada de color rojo, se ubican aquellos ítems que formaron parte del instrumento y que corresponden a las dimensiones del cuestionario en general, y que requieren ser considerados como prioridad con la finalidad de realizar un plan que nos permita mejorar dichos aspectos, los mismos que están relacionadas básicamente al tiempo, pues respecto a estos ítems se puede inferir que esto se debe básicamente a que en la actualidad no se cuenta con asesores suficientes para ofrecer un servicio más rápido y eficiente que permita cubrir las expectativas de los usuarios en mayor porcentaje, con la finalidad de cumplir con el eslogan del centro MAC el cual dice un solo lugar menos tiempo, siendo así se trata de acortar los tiempos de espera en la atención al ciudadano y ello solamente será posible contando con los asesores suficientes y eficientes para realizar el trabajo de la manera idónea; en tal sentido, el servicio implica tener una relación mucho más directa y humana con los usuarios, solo así se tendrá calidad y esto significa a plenitud satisfacer aquellas necesidades de los ciudadanos.

VI. Recomendaciones

Primera: Se recomienda evaluar y monitorear continuamente los niveles de calidad en los servicios de las diferentes áreas que conforman el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, a fin de mejorar y cumplir plenamente con los objetivos, debido a que la mejora continua es uno de los principios de toda organización, que nos permitirá diferenciarnos de los demás, solamente así nos permitirá tener usuarios satisfechos, y tener usuarios satisfechos contribuye con la buena imagen de toda institución puesto que introducir mejoras de calidad debe ser un proceso constante.

Segunda: Contribuir a una buena planificación sobre la calidad implica también contar con servidores públicos dispuestos a servir a la sociedad y que estén convencidos de la importancia que puede tener su desenvolvimiento frente al usuario, es por ello que se recomienda realizar una adecuada selección de asesores con la finalidad de contar con personas que presten un mejor servicio, con base en sólidos conocimientos, y formación académica, dado que al asumir su función el servidor público manifiesta su compromiso y vocación para atender los asuntos que le interesan y afectan a la sociedad, puesto que el servicio público implica responsabilidades que derivan de las funciones inherentes al cargo que se desempeña.

Tercera: Del mismo modo es necesario capacitar constantemente ya que si se quiere dar una mejora al Estado, tiene que empezar preocupándose por el personal que labora, ello involucra capacitaciones a nivel de stress y de conocimientos, porque de nada sirve tener una persona estresada tratando de dar un buen servicio, es necesario el desarrollo de talleres de integración y de técnica de atención, ya que el MAC fue creado para atender y entender los requerimientos de toda una población y en horarios extendidos; considerando el eslogan un solo lugar menos tiempo, se recomienda crear una atmósfera de aprendizaje continuo.

Cuarta: Asimismo, se recomienda la contratación de más asesores de servicio, debido a que del estudio de investigación se ha detectado que uno de

los problemas es el tiempo de manera general y esto es por el poco personal que en la actualidad labora en el área de relaciones exteriores del centro de mejor atención al ciudadano, contando a la fecha con tan sólo un asesor en los módulos de atención destinados para dicha área, lo cual no permite realizar una debida y oportuna atención; si bien es cierto en términos generales en todos los niveles de las dimensiones encontramos satisfacción, pero éste es un factor que presenta un mayor porcentaje de insatisfacción, razón por la cual se hace la respectiva recomendación.

Quinto: De manera general puedo aducir que satisfacer las necesidades de los ciudadanos en forma constante requiere la participación de todos, es por ello que se recomienda realizar un trabajo en equipo constante desde vigilancia, anfitriones, asesores, supervisores hasta el coordinar ya que haciendo un trabajo coordinado permitirá un mayor nivel de competitividad, así como de mejora continua y así cumplir nuevos retos, siendo esto en definitiva lo cual conlleva al éxito a toda institución y a su vez se verá reflejado en la satisfacción de los ciudadanos; ya es hora de tener ciudadanos que creen y sientan que el estado los provee con servicios de calidad.

VII. Referencias

Referencias bibliográficas

- Álvarez, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales*. Tesis para optar el grado académico de magister en sistemas de calidad) universidad católica Andrés Bello. Recuperado de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AS3832.pdf>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación. (2da edición)*. México: Person Prentice Hall.
- Berry T. (1998). *Calidad Total*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Blanco, A., & Rivero, V. (2009). Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (oac) de una empresa telefónica. *Revista Ingeniería Industrial Actualidad y Nuevas Tendencias*. 1 (3), 31-42. Recuperado de: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/Voll-n3/art3.pdf>
- Cottle, D. (1991). *El servicio centrado en el cliente*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Fernández, P., Bajac, H. (2012) *La gestión del Marketing de servicios: principios y aplicaciones para la actividad gerencia*. Buenos Aires, argentina: ediciones Granica.
- Gutiérrez, H (2010) *calidad total y productividad* tercera edición McGraw-Hill. México
- Hernández, R., Fernández, C. y Baspita, P. (2010). *Metodología de la investigación*. D.F. McGraw-Hill.
- Hoffman, K., y Bateson, J. (2002). *Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos*. (2da. Ed.). México: International Thomson Editores, S.A.
- Jiménez, J. (2000) *Manual de gestión para jefes de servicios clínicos*. Madrid:

Ediciones Díaz de Santos S.A.

Miranda F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007) *introducción a la gestión de la calidad*. Madrid: Delta Publicaciones.

Morillo, M. (2009). *La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida*. Universidad de los Andes.(tesis de doctorado Venezuela). Recuperado de:
http://iies.faces.ula.ve/Revista/Articulos/Revista_27/Pdf/Rev27Morillo.pdf

Patroni M., Luna M., Peña H., & Valenzuela D. (2014). *La calidad de los servicios públicos y su incidencia en la administración de la municipalidad provincial Huaura-Huacho*. Recuperado de:
<http://190.116.38.24:8090/xmlui/handle/123456789/130>

Parasuraman; A., Zethaml, v., & Berry. L(1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos

Pereira, J.E. (2013). *Atención al cliente del sector público*. Revista *marqueteo.com*. Recuperado de:
<http://www.mercadeo.com/blog/2013/12/atencion-al-cliente-en-el-sector-publico/>

Pineda, A. L., Gallegos, J. D. C., Cuba, E., Villarino, A. V., Morales, S. P., Flores, M. C., & Lamas, L. P. (2013). La satisfacción y la calidad de servicio en Organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *Revista de Investigación en Psicología*, 16(1), 171-190. Recuperado de:
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3926>

Prieto, J. (2014). *Gerencia del servicio: la clave para ganar todos*. Bogotá tercera edición Ediciones Ecoe.

Rojas, H. (2004). *Habilidades sociales*. Perú. Primera edición

- Sánchez, I. M. G. (2007). La nueva gestión pública: evolución y tendencias. *Presupuesto y Gasto público*, 47, 37-64. Recuperado de: http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/revistas/presu_gasto_publico/47_GarciaSanchez.pdf
- Setó, M. (2004). *De la calidad de servicios a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC. Editorial.
- Supo (2015) Mito, *todos los trabajos de investigación tiene hipótesis*. Recuperado de seminariosdeinvestigacion.com/todos-los-trabajos-de-investigacion
- Tumino, M. C., & Poitevin, E. R. (2014). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *REICE. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10486/661496>
- Urbina Rosas, F. M. (2014). *Calidad del servicio que brindan los funcionarios de orientación al contribuyente de la Intendencia Regional La Libertad-Sunat Trujillo y su influencia en la satisfacción del usuario, en el periodo 2014*. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/handle/123456789/761>
- Villa, J. (2014) *Manual de atención a clientes y usuarios*. Barcelona: Profit Editorial
- Vargas, M y Quiñones, L (2014) *Calidad y servicio concepto y herramientas* 3era edición Bogotá universidad de la sabana: Ecoe ediciones 2014.
- Zorrilla S. (2013) *introducción a la metodología de investigación*. Recuperado de: <http://prezi.com/zcj5bx13qqia/diseño-de-investigacion-de-zorrilla-arena/grachyvalderrama.on24october2013>. Por los usuarios
- Decreto Supremo 091-2011-PCM. Crease el centro y Portal Mejor Atención al Ciudadano. 2 de diciembre 2011. La gran reforma del Estado: 2006-2011: la modernización y descentralización. Lima: PCM

Congreso de la república del Perú 2002 Ley 27658. Ley Marco de modernización de la Gestión del Estado. 29 de enero 2007 Ley 29060. Ley 29158. Ley Orgánica del Poder ejecutivo.

Anexos

ARTÍCULO CIENTÍFICO

1. TÍTULO

Calidad del servicio en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.

2. AUTORA

Br. Gladys Elizabeth Regalado Vásquez
elireva@hotmail.com

3. RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo describir el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016. Metodológicamente, la investigación fue de tipo básica de diseño no experimental transversal de nivel descriptivo. La muestra fue de 75 usuarios. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario de tipo escala Likert de 22 ítems para las expectativas y 22 ítems para las percepciones, ambos adaptados del modelo SERVQUAL. La consistencia interna de la escala se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo como valor un 0,921 para las expectativas y 0,906 para las percepciones.

Del análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos, se pudo inferir que las expectativas de los usuarios han sido cubiertas a través de sus percepciones en todas las dimensiones; dado que, de 75 encuestados, el 77.6% manifiesta estar satisfecho con el servicio recibido y tan solo un 22.4% considera que el servicio no ha cubierto sus expectativas, de lo cual se infiere que si hay calidad en la atención del servicio.

4. PALABRAS CLAVE

Calidad del servicio, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, expectativas y percepciones.

5. ABSTRACT

The research aimed to describe the level of quality of service perceived by users of the area of External Relations in the center of best care to the citizen of North Lima, 2016. Methodologically, the research was of basic type of non-experimental transversal design of descriptive level. The sample was 75 users. For the collection of data, the survey technique was used. The questionnaire was a Likert scale of 22 items for the exceptional and 22 items for the perceptions, both adapted from the SERVQUAL model. The internal consistency of the scale was evaluated using the Cronbach's alpha coefficient, obtained were 0.921 for expectations and 0.906 for perceptions.

The analysis of the results obtained from the application produced that expectations of users have been satisfied in all dimensions; since from a number of 75 users surveyed, a 77.6 % expressed being satisfied with the service provided and only a 22.4 % considered the service did not satisfied their expectations, which can be inferred as good service quality for users.

6. KEYWORDS

Service quality, tangible elements, reliability, responsiveness, certainty, empathy, expectations and perceptions.

7. INTRODUCCIÓN

Para la realización del presente trabajo de investigación se buscaron antecedentes y se consideró pertinente describir los siguientes:

Blanco y Rivero (2009) en su investigación "Calidad de servicio percibida por los clientes en las oficinas de atención al cliente (OAC) de una empresa telefónica", tuvieron como objetivo determinar la calidad de servicio que prestan dos Oficinas de Atención al Cliente (OAC) de la empresa telefónica nacional de Valencia - Venezuela, refieren que los clientes evalúan la calidad del servicio comparando lo que ellos esperan con la manera como dicho servicio es llevado a cabo. Así también Morillo (2010) en su investigación sobre la calidad en la atención y la satisfacción de los usuarios hacer referencia a que la calidad del servicio radica principalmente entre la interacción entre seres humanos y una de las deficiencias en cuanto a la calidad del servicio está vinculado al desempeño del personal, haciendo hincapié que el personal no solo debe dar respuestas al cliente, sino que éste debe sentirse realmente impresionado por el trato y el servicio adicional, asimismo Alvarado (2015), en su investigación sobre la

percepción de la calidad del servicio en la municipalidad de la Perla Callao, 2015, cuyo objetivo fue determinar el nivel de calidad de servicio en la municipalidad de la Perla Callao, pudo determinar que las expectativas de los usuarios fueron cubiertas a través de sus percepciones en un 80%, como bien señala Berry (1998) la calidad es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes y esto solo será posible cuando hay un compromiso de la organización al responder a los intereses y necesidades de los usuarios; razón por la cual, la presente investigación tuvo como problema principal conocer ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?, apoyando dicho estudio en la fundamentación teórica, donde se pudo definir a la variable calidad del servicio según los estudios de Vargas y Aldana (2011), quienes definieron a la calidad de servicio como: “El conjunto de actividades diseñadas para construir procesos que conduzcan a incrementar la satisfacción de necesidades, deseos y expectativas de quien lo requiera.

Es así que el aporte del presente trabajo de investigación permitirá a los funcionarios, servidores, directivos y asesores del Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, comprender y entender los diferentes aspectos y componentes de la calidad del servicio, así como también las cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles de acuerdo al modelo SERVQUAL, y conocer la relación que tienen cada una de estas con el nivel de calidad de servicio que se ofrece en el área de trabajo del centro de atención.

Asimismo la presente investigación tuvo como objetivo general Describir el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016. Siendo el lugar donde se realizó el estudio de investigación la primera plataforma de servicios múltiples del estado implementada en el país. Esta plataforma de atención permite al ciudadano realizar diversos trámites y en el menor tiempo posible, así como contar con diferentes servicios en horarios extendidos y días no laborables, significando ahorro en tiempo y dinero, así como comodidad y celeridad para la población; por ello, es muy importante tener evaluaciones constantes sobre el nivel de calidad del servicio, con la finalidad de cumplir con los objetivos del centro de atención dentro de los cuales es brindar una atención personalizada, de calidad y en el menor tiempo posible.

8. METODOLOGÍA

La investigación está elaborado bajo el enfoque cuantitativo, puesto que busca determinar la calidad percibida por los usuarios, basándose en la recolección de datos por medio de una encuesta que será aplicada a los usuarios del servicio. El nivel de investigación fue descriptiva, ya que el propósito es describir como se manifiestan la variable en el momento de la investigación, no experimental debido a que se realiza sin manipular deliberadamente las variables como la calidad de atención en la cual se observa dichos fenómenos de forma tal como sucede en el contexto real, y de corte transversal, debido a que la recolección de datos se realiza en un solo tiempo, ya que pretende medir la calidad de atención en una sola vez. La población estuvo conformada por 100 usuarios. La muestra fue de 75 usuarios de Relaciones Exteriores que recibieron el servicio durante el 2016. El muestreo utilizado es el no probabilístico intencional debido a que se seleccionó según criterio sin ninguna regla matemática o estadística.

La Técnica de recolección de datos utilizada es la encuesta basada en preguntas dirigidas a un número considerable de personas, a través de dos cuestionarios o instrumentos para expectativas y percepción, dividido en cinco dimensiones, cada pregunta permite cinco alternativas de acuerdo a la escala de Likert, que tuvieron validez y confiabilidad según el alpha de cronbach, y para el método de análisis de datos se utilizó estadística descriptiva.

9. RESULTADOS

Del resumen total por dimensiones se puede apreciar un buen nivel de calidad del servicio, debido a que el 77.6% de usuarios han expresado su satisfacción por el servicio recibido, siendo que tan solo un 22.4% expresan no encontrarse satisfechos con algunos elementos del servicio. Asimismo se puede apreciar que las dimensiones seguridad y empatía han alcanzado un mayor nivel de satisfacción con 83% y 85% respectivamente de satisfacción con el servicio, de lo cual se puede inferir que el nivel de percepción de los usuarios ha cubierto sus expectativas. Estos resultados son indicativos que dan a conocer que los usuarios se sienten seguros y satisfechos con los trámites realizados; debido a que se presenta un alto índice de satisfacción en los resultados, demostrándose con ello un buen nivel de calidad del servicio.

10. DISCUSIÓN

Se puede inferir de los resultados obtenidos en la investigación, de 75 usuarios encuestados, un 77.6% han percibido calidad en el servicio a través de su satisfacción y tan solo un 22.4% manifiestan su insatisfacción, esto es del total del promedio de cada dimensión evaluada, lo cual nos lleva a inferir que existe calidad en el servicio; asimismo, haciendo una comparación de los resultados con los encontrados en estudios realizados, esto se asemeja a lo obtenido en su investigación Alvarado (2015), quien investigó sobre “la percepción de la calidad del servicio en la Municipalidad de la Perla – Callao, 2015”, teniendo como objetivo determinar el nivel de calidad de servicio en dicha comuna, obtuvo en sus resultados generales que: el 20% de los ciudadanos encuestados que tramitaron en dicha Municipalidad manifestaron estar insatisfechos con el servicio y un 80%, exteriorizó encontrarse satisfechos, resultados que se asemejan con la presente investigación. Es conveniente precisar que brindar un servicio de calidad, se convierte en un medio que toda institución desea para diferenciarse de las demás como bien lo expresa Prieto (2014), la razón de ser en una entidad es el usuario, y para él se aunaran esfuerzos en la prestación del servicio para que éste sea el óptimo, mediante una relación interpersonal exitosa.

Asimismo es conveniente hacer un análisis de la dimensión de fiabilidad debido a que es la dimensión donde se presenta un mayor porcentaje de insatisfacción, siendo el principal problema el tiempo que los usuarios esperan por el servicio, obteniendo que un 53.3% manifiestan encontrarse satisfechos y un 46.6% insatisfechos en este ítem; haciendo un análisis de la situación se ha llegado a determinar que esto se ocasiona debido a que el centro de mejor atención al ciudadano es una plataforma de servicios donde se ha unificado a la gran mayoría de entidades del estado, y pues al momento de ingresar no hay una calificación, ocasionando largas colas que incomoda a los usuarios que frecuentan el área de relaciones exteriores, resultados que se asemejan al estudio realizado por Morillo (2010), quien encontró que se presentaban bajas percepciones en cuanto a los atributos de confiabilidad y responsabilidad, asimismo al realizar una comparación del promedio de las percepciones y las expectativas, esta diferencia se presenta ligeramente positiva, a excepción de atributos significativos para el usuario como lo son: la confiabilidad y la seguridad donde si existe un déficit de la calidad del servicio, al respecto (Pereira, 2013), menciona que las quejas de los usuarios se originan cuando la percepción de la calidad de un servicio está en desacuerdo con los principios de buenas prácticas administrativas teniendo en cuenta que un servicio deficiente, lento y de mala calidad, afecta negativamente a las organizaciones; es así, que el servicio pasa a ser un gran reto cuando los usuarios son grupos grandes como

pueden ser la población de una ciudad o de todo un país, como es el caso del centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, frecuentado por ciudadanos de diferentes distritos de Lima, es así que Cottle (1991), respecto a la fiabilidad afirma que: la fiabilidad es la habilidad que poseemos para suministrar el servicio prometido en forma confiable, segura y cuidadosa, entonces para poder incrementar la fiabilidad es necesario que los directivos, realicen estrategias que nos permita hacer una selección al momento de ingresar a las instalaciones del MAC y así se pueda mejorar en este punto y ofrecer un servicio que cubra las expectativas de los usuarios.

Es necesario precisar que la dimensión empatía y elementos tangibles fueron las más favorecidas de manera positiva, obteniéndose un mayor porcentaje en cuanto a la calidad del servicio, ya que el 85.1% de los encuestados manifestaron encontrarse satisfechos con los ítems que involucran esta dimensión y tan solo un 14.9% manifestó insatisfacción. No obstante se debe recalcar que haciendo un análisis por cada dimensión se puede evidenciar de los porcentajes obtenidos que existe satisfacción en los usuarios del área de Relaciones Exteriores, pero que además es factible mejorar los servicios, razón por la cual se puede señalar que los niveles de calidad del servicio que han sido medidos a través de la puntuación del SERVQUAL se muestran positivos de manera global al haber sido cubiertas las expectativas de los usuarios.

11. CONCLUSIONES

Respecto a la calidad del servicio correspondiente al área de Relaciones Exteriores del Centro de Mejor Atención (MAC), año 2016, en cuanto a sus cinco dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangible se ha podido determinar que el 77.6% han expresado su satisfacción por el servicio recibido, siendo que un 22.4% expresan no encontrarse satisfechos con algunos elementos del servicio siendo que la dimensión fiabilidad es la dimensión de la calidad del servicio que tiene mayores porcentajes de insatisfacción en comparación con las otras dimensiones. Asimismo es preciso mencionar que en la dimensión empatía un 85.1% se encuentran satisfechos en los aspectos que involucran al servicio, dicho resultados se ubica en el umbral que correspondería al 100%, del mismo modo sólo un 14.9% de usuarios han respondido no sentirse satisfechos por la atención brindada por parte de los asesores, por lo cual se concluye que es la dimensión con mejores resultados en comparación a las otras, del mismo modo, en los elementos tangibles se puede apreciar que resalta mucho el grado de satisfacción que tienen los usuarios, siendo que un 79.3% se

encuentran satisfechos y solamente un 14.9 % considera estar insatisfechos, por lo que se ha superado las expectativas de los usuarios.

En términos generales, se aprecia que existe un buen nivel de calidad toda vez que en la matriz de mejora es donde se puede apreciar de manera muy práctica que en el área marcada de color rojo, se ubican aquellos ítems que formaron parte del instrumento y que corresponden a las dimensiones del cuestionario en general, y que requieren ser considerados como prioridad con la finalidad de realizar un plan que nos permita mejorar esos aspectos que sobre todo están relacionadas al tiempo que esperan los usuarios por el servicio, siendo así se trata de acortar los tiempos de espera en la atención al ciudadano y ello solamente será posible contando con los asesores suficientes y eficientes para realizar el trabajo de manera idónea; ya que tener calidad significa a plenitud satisfacer aquellas necesidades de los ciudadanos.

12. REFERENCIAS

- Álvarez, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales*. Tesis para optar el grado académico de magister en sistemas de calidad) universidad católica Andrés Bello. Recuperado de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>
- Cottle, D. (1991). *El servicio centrado en el cliente*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Fernández, P., Bajac, H. (2012) *La gestión del Marketing de servicios: principios y aplicaciones para la actividad gerencia*. Buenos Aires, argentina: ediciones Granica.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baspita, P. (2010). *Metodología de la investigación*. D.F. McGraw-Hill.
- Jiménez, J. (2000) *Manual de gestión para jefes de servicios clínicos*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Morillo, M. (2009). *La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida*. Universidad de los Andes.(tesis de doctorado Venezuela). Recuperado de: http://iies.faces.ula.ve/Revista/Articulos/Revista_27/Pdf/Rev27Morillo.pdf

- Parasuraman; A., Zethaml, v., & Berry. L(1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos
- Pereira, J.E. (2013). *Atención al cliente del sector público*. Revista *marketing.com*. Recuperado de: <http://www.mercadeo.com/blog/2013/12/atencion-al-cliente-en-el-sector-publico/>
- Prieto, J. (2014). *Gerencia del servicio: la clave para ganar todos*. Bogotá tercera edición Ediciones Ecoe.
- Rojas, H. (2004). *Habilidades sociales*. Perú. Primera edición
- Vargas, M y Quiñones, L (2014) *Calidad y servicio concepto y herramientas 3era edición* Bogotá universidad de la sabana: Ecoe ediciones 2014.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Calidad del servicio en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables				
¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016?	Describir el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.	No aplica	Variable 1: Calidad del servicio.				
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Nivel y rango
¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión fiabilidad del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016?	Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión fiabilidad del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.	No aplica	Fiabilidad	Puntualidad	1-2	(1) Totalmente en desacuerdo	Insatisfecho (menor que cero)
				Compromiso	3-4-5		
¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión capacidad de respuesta del área de Relaciones Exteriores en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?	Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión capacidad de respuesta del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.	No aplica	Capacidad de respuesta	Precisión en el tiempo	6-7	(2) En desacuerdo	
				Disposición	8-9		
¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión seguridad del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?	Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión seguridad del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.	No aplica	seguridad	Confianza	10-11	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
				Credibilidad	12-13		
¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión empatía del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?	Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión empatía del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.	No aplica	Empatía	Protocolo de atención	14-15-16	(4) De acuerdo	
				Comprensión	17-18		
¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión empatía del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016?	Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión empatía del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.	No aplica	Elementos tangibles	Elementos físicos	19-20	(5) Totalmente de acuerdo	
				Elementos materiales	21		
				Elementos Personales	22		
¿Cuál es el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión elementos tangibles del área de Relaciones Exteriores en el Centro de mejor atención al Ciudadano de Lima Norte, 2016?	Identificar el nivel de calidad del servicio percibido por los usuarios en la dimensión elementos tangibles del área de Relaciones Exteriores en el centro de mejor atención al ciudadano de Lima Norte, 2016.	No aplica					

INSTRUMENTOS