



República del Ecuador

**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil – UTEG
Facultad de Postgrado e Investigación**

**Tesis en opción al título de Magister en:
Administración de Empresas**

Tema de Tesis:

**Gestión de la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del usuario
de la Dirección Distrital 09D17 Milagro – Educación**

Autora:

Econ. Karen Lissette Matamoros Echeverria

Directora de tesis:

Dra. Olga Bravo Acosta

Marzo 2024

Guayaquil – Ecuador

DECLARACIÓN EXPRESA

Yo, **Karen Lissette Matamoros Echeverria**

DECLARO QUE

El presente trabajo de titulación denominado **Gestión de la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del usuario de la Dirección Distrital 09D17 Milagro – Educación** en opción al Título de **Magister en administración de empresas, desde la introducción, con sus resultados, conclusiones y recomendaciones** pertenece exclusivamente a la autora.

Karen Lissette Matamoros Echeverria

DEDICATORIA

A Dios por iluminarme en cada decisión de mi vida y otorgarme la dicha de llegar hasta esta instancia crucial de mi formación estudiantil. A mis queridos papitos Carlos Ernesto Matamoros Acosta y Medania Edith Echeverria Barrionuevo por su paciencia, amor y apoyo incondicional para que cumpla cada meta profesional propuesta. A mi hermana Gaby y sobrinos por su constante estímulo y entera confianza en mis habilidades.

Adicionalmente, dedico este trabajo a cada docente de mi instrucción académica por compartir sus conocimientos y alegrarse por mi superación personal. A mi tutora de tesis PhD. Olga Bravo, por su guía en el transcurso del proceso de titulación y finalmente a mi grupo de amigos incondicionales por formar parte de mi vida y desearme los mejores éxitos en cada etapa.

Karen Lissette Matamoros Echeverria

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fortaleza para seguir preparándome académicamente a pesar de las dificultades que se presentan en el transcurso de la vida. A mi familia, principalmente a mis padres por los valores y principios inculcados desde mi infancia, enseñándome a luchar por mis sueños. A mis amistades verdaderas que se alegran por mis triunfos obtenidos.

A Sandra y Maoli, por compartir momentos inolvidables en la Universidad y brindarme su sincera amistad en las aulas. Finalmente, agradezco a cada persona que me ha ayudado con su valiosa aportación para cumplir a cabalidad con el presente proceso de investigación.

Karen Lissette Matamoros Echeverria

RESUMEN

El presente estudio exhibe como finalidad el desarrollo de una propuesta para fortalecer la gestión de la calidad del servicio a los docentes, directores y rectores de las instituciones educativas públicas facilitando la valoración de la eficiencia y eficacia de los procesos administrativos de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación a través del método Servperf. El tema en investigación surge de las deficiencias que tiene el organismo público para ofrecer una atención apropiada en los diferentes trámites que ejecutan los usuarios, la metodología fue de enfoque mixto, alcance correlacional, de diseño no experimental. Se implementó el método Servperf para tener una noción de la calidad y satisfacción en la organización. Los resultados permiten concluir que el nivel calidad y satisfacción tienen una estrecha correlación positiva moderada con un alto nivel de significancia menor a 0,01, además, que el puntaje de satisfacción de los usuarios es medio/bajo y necesita formularse mejoras.

Palabras claves: Servperf, Calidad del servicio, Funcionarios, Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, Satisfacción del usuario.

ABSTRACT

The purpose of this study is the development of a proposal to strengthen the management of the quality of service to teachers, directors and rectors of public educational institutions, facilitating the assessment of the efficiency and effectiveness of the administrative processes of the District Directorate 09D17 Milagro -Education through the Servperf method. The topic under investigation arises from the deficiencies that the public body has in offering appropriate attention to the different procedures carried out by users. The methodology was a mixed approach, correlational scope, and non-experimental design. The Servperf method was implemented to have a notion of quality and satisfaction in the organization. The results allow us to conclude that the quality and satisfaction level have a close moderate positive correlation with a high level of significance less than 0.01, in addition, that the user satisfaction score is medium/low and improvements need to be made.

Keywords: Servperf, Quality of service, Officials, District Management 09D17 Miracle-Education, User satisfaction.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	3
1.1 Antecedentes de la investigación	3
1.2 Planteamiento del problema	5
1.2.1 Formulación del problema.....	9
1.2.2 Sistematización del problema.....	9
1.3 Objetivos.....	9
1.3.1 Objetivo General	9
1.3.2 Objetivos Específicos	9
1.4 Justificación	10
1.5 Marco de referencia.....	11
1.5.1 Definición de gestión.....	11
1.5.2 Definición del Servicio	12
1.5.3 Servicio al cliente	12
1.5.4 Teorías relacionadas con la atención del cliente e innovación	15
1.5.5 Relación con el cliente	16
1.5.6 Calidad del servicio	17
1.5.7 Satisfacción del usuario	20
1.5.8 Modelos de medición	23
1.5.9 Servicios públicos	28
1.5.10 Ministerio de Educación	28
CAPITULO II. MARCO METODOLÓGICO	33

2.1 Diseño, alcance y enfoque de la investigación	33
2.2 Métodos de investigación	35
2.3 Unidad de análisis, población y muestra	35
2.3.1 Unidad de análisis.....	35
2.3.2 Población	35
2.3.3 Muestra	36
2.4 Variables de investigación (Operacionalización de las variables)	38
2.5 Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información.....	40
2.5.1 Procedimiento	41
CAPITULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
3.1 Análisis la situación actual de la gestión de la calidad del servicio mediante el modelo Servperf	43
3.2 Análisis de procesos relacionados con la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción al usuario	57
3.3 Análisis de la relación entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Dirección Distrital.....	60
3.4 Análisis de correlación	71
CAPITULO IV. PROPUESTA.....	75
4.1 Introducción y estructura	75
4.2 Desarrollo de la propuesta.....	76
4.2.1 Determinación de debilidades o problemas	76
4.2.2 Delimitación de objetivos y responsables de la propuesta.....	77
4.2.3 Plan de acciones.....	79
4.2.4 Medidas de evaluación	87
Conclusiones.....	88
Recomendaciones	90

Bibliografía	91
Anexos	100

Índice de tabla

Tabla 1 Etapas del enfoque de calidad en la historia	17
Tabla 2 Dimensiones de Servqual	26
Tabla 3 Métodos de evaluación de calidad y satisfacción de servicio.....	27
Tabla 4 Muestra estratificada del proyecto	37
Tabla 5 Operacionalización de las variables	39
Tabla 6 Información sobre la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación	58
Tabla 7 Puntaje de la calidad del servicio por timen (Dimensión de Fiabilidad)...	61
Tabla 8 Puntaje de la calidad del servicio por timen (Dimensión de capacidad de respuesta)	62
Tabla 9 Puntaje de la calidad del servicio por timen (Dimensión de seguridad) ..	63
Tabla 10 Puntaje de la calidad del servicio por timen (Dimensión de Empatía)...	64
Tabla 11 Puntaje de la calidad del servicio por timen (Dimensión de Tangibilidad)	65
Tabla 12 Ponderación por dimensión y calidad del servicio en general.....	66
Tabla 13 Porcentaje de satisfacción según escala de likert.....	67
Tabla 14 Satisfacción de los usuarios.....	67
Tabla 15 Preguntas adicionales: Ponderaciones de satisfacción.....	68
Tabla 16 Relación entre la Calidad y nivel de satisfacción de los usuarios	70
Tabla 17 Comparación de la calidad y puntaje de satisfacción (Preguntas adicionales)	71
Tabla 18 Fiabilidad del instrumento de Calidad del Servicio.....	71
Tabla 19 Fiabilidad del instrumento de Satisfacción del usuario.....	72
Tabla 20 Correlación entre las dimensiones de Calidad de Servicio vs. Satisfacción del usuario.....	73
Tabla 21 Correlación entre Calidad de Servicio vs. Satisfacción del usuario.....	74
Tabla 22 Objetivos estratégicos	77
Tabla 23 Descripción de estrategia 1	79

Tabla 24 Descripción de estrategia 2.....	81
Tabla 25 Descripción de estrategia 3.....	83
Tabla 26 Descripción de estrategia 4.....	85
Tabla 27 Cronograma del desarrollo de la propuesta	86
Tabla 28 Medidas de evaluación.....	87

Índice de figura

Figura 1 Relación con los clientes.....	16
Figura 2 Elementos de la satisfacción.....	22
Figura 3 Estructura del modelo nórdico	23
Figura 4 Estructura del modelo Service Profit Chain.....	24
Figura 5 Pregunta 1 de dimensión de fiabilidad	43
Figura 6 Pregunta 2 de dimensión de fiabilidad	44
Figura 7 Pregunta 3 de dimensión de fiabilidad	44
Figura 8 Pregunta 4 de dimensión de fiabilidad	45
Figura 9 Pregunta 5 de dimensión de fiabilidad	46
Figura 10 Pregunta 1 de dimensión de capacidad de respuesta	46
Figura 11 Pregunta 2 de dimensión de capacidad de respuesta	47
Figura 12 Pregunta 3 de dimensión de capacidad de respuesta	48
Figura 13 Pregunta 4 de dimensión de capacidad de respuesta	48
Figura 14 Pregunta 1 de dimensión de seguridad.....	49
Figura 15 Pregunta 2 de dimensión de seguridad.....	50
Figura 16 Pregunta 3 de dimensión de seguridad.....	50
Figura 17 Pregunta 4 de dimensión de seguridad.....	51
Figura 18 Pregunta 1 de dimensión de empatía	52
Figura 19 Pregunta 2 de dimensión de empatía	52
Figura 20 Pregunta 3 de dimensión de empatía	53
Figura 21 Pregunta 4 de dimensión de empatía	53
Figura 22 Pregunta 5 de dimensión de empatía	54
Figura 23 Pregunta 1 de dimensión de bienes tangibles	55

Figura 24	Pregunta 2 de dimensión de bienes tangibles	55
Figura 25	Pregunta 3 de dimensión de bienes tangibles	56
Figura 26	Pregunta 4 de dimensión de bienes tangibles	57
Figura 27	Estructura de la propuesta	75

INTRODUCCIÓN

A nivel nacional e internacional, las organizaciones del sector público son responsables de proporcionar bienes esenciales y servicios en beneficio de los ciudadanos de sus países. La provisión de estos elementos fundamentales suele tener una calidad insatisfactoria en países en desarrollo como Ecuador.

La prestación de servicios públicos de calidad no es un privilegio en una sociedad civilizada y democrática, es una expectativa legítima. El servicio público se evaluará con base en un criterio: su eficacia en la prestación de servicios que satisfagan las necesidades básicas de todos los ciudadanos del estado.

El Estado como ente regulador ecuatoriano, “reúne al conjunto de entidades que cumplen sus diferentes funciones y los distintos niveles de gobierno, así como sus administraciones.” (CNP, 2017, p. 97). Sin embargo, el sector público ecuatoriano se ha enfrentado a lo largo de los años con muchos desafíos abrumadores en su búsqueda por brindar servicios de calidad. Entre estos se encuentran la burocracia excesiva, inestabilidad política, interferencia política, corrupción, nepotismo y mala ética laboral. (Zavala, 1998).

Las instituciones del sector público son responsables y rinden cuentas a los ciudadanos, así como a sus consumidores o clientes. Según Poutvaara (2014), la prestación de servicios es más compleja en el sector público que en el privado. Esto se debe a que no se trata simplemente de satisfacer las necesidades específicas, sino de descubrir las necesidades no específicas, establecer prioridades, asignar recursos, justificar y rendir cuentas públicamente de lo que se ha realizado.

La modernización de la gestión pública es un factor importante que ha fomentado el desarrollo del sector competitivo, enfocada a la nueva postura de gobierno que busca alcanzar una gestión de calidad orientada al usuario. En la actualidad, las entidades necesitan que exista una administración moderna y

eficiente que responda conforme al Plan Estratégico de gobierno y una ciudadanía cada vez más demandante.

Dado que uno de los propósitos fundamentales de los gobiernos es brindar una excelente calidad de servicio a la ciudadanía general, pero hay una percepción habitual de que las instituciones públicas no ofrecen un servicio garantizado, el objetivo de la presente investigación es determinar el impacto de la gestión de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación a través de la aplicación de un modelo que posibilite el diseño de propuesta que fortalezca la calidad de servicio, detallando las actividades y realizando un diagnóstico de la situación actual de los indicadores de gestión de la institución pública analizada.

En las siguientes secciones se mostrará los antecedentes de la investigación para conocer los resultados de otros trabajos relacionados al tema analizado, así como el planteamiento del problema, objetivos, justificación, marco referencial, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuesta.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1 Antecedentes de la investigación

Para adquirir conocimiento a profundidad de las causas de la problemática se buscaron publicaciones antecedentes de varios autores acerca de la gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario.

Luna (2017) en su investigación titulada “Aplicación del modelo SERVPERF para la medición de la percepción sobre la calidad del servicio de la educación superior” aplicó una metodología del modelo SERVPERF para medir la percepción de la calidad en el servicio, a través de encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, Extensión Villa del Rosario. En donde se analizó 5 dimensiones (Fiabilidad, Empatía, Capacidad de Respuesta, Tangibilidad y Seguridad, de las cuales tres (3) arrojaron un mayor nivel de aceptación, clasificándose de esta manera como fortalezas, pero a su vez dos obtuvieron un menor grado de favorabilidad, agrupándolas de esta manera como debilidades para el ente universitario.

En un análisis denominado “Servicio al cliente: modelo de medición servperf: caso hospital público del Distrito 3 en Guayaquil” se aplicó la medición de la confiabilidad del instrumento mediante el Alfa de Cronbach y el análisis de varianza en 386 usuarios; los resultados reflejan que se debe mejorar la capacidad de respuesta en la prestación del servicio debido a que los usuarios la valoran con 4.49 en promedio, por otra parte la valoración más alta fue en la dimensión de los bienes tangibles con 5.03 equivalente a una escala superior medianamente satisfactoria. (Isaza & Granja, 2017)

Numerosos estudios coinciden en que existe una correlación entre la dimensión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario (Izogo & Ogba, 2015; Samen, Akroush & Abu-Lail, 2013; Dahiyat, Akroush & Abu-Lail 2011).

Por ejemplo, Baumann, Burton, Elliot y Kehr (2007) al igual que Jamal y Naser (2003) observaron que existe una relación significativa entre las dimensiones (de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, excepto los bienes tangibles. Por otro lado, Wang y Shieh (2006) observaron que las cinco dimensiones tuvieron una influencia positiva significativa en la satisfacción general esperada en cuanto a la capacidad de respuesta.

Mientras Mengi (2009) encontró que la capacidad de respuesta y la seguridad se relacionan positivamente con la satisfacción del usuario, Kumar, Mani, Mahalingam y Vanjiovan (2010) identificaron la seguridad, la empatía y los bienes tangibles como los influencers más importantes.

Aunque Chaniotakis y Lympelopoulos (2009) señalaron que los bienes tangibles, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía están relacionados con la satisfacción del usuario, excepto la confiabilidad, Arasli, Katircioglu y Mehtap-Smadi (2005) observaron lo contrario.

Samen (2013), al investigar en una industria diferente, también se encontró que existe una fuerte relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario. Por otro lado, Aga y Safakli (2007), señalaron que la empatía es la única de las dimensiones que relaciona la satisfacción del usuario. No obstante, Etemad-Sajadiand Rizzuto (2013) y Fah y Kandasamy (2011) coinciden en que las cinco dimensiones utilizadas en los modelos Servqual y Servperf se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario.

Estos hallazgos que revelan la naturaleza mixta de la relación entre las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario permiten que tenga importancia la presente investigación entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario con el fin de contribuir al debate sobre la relación entre las dos variables e informar a los actores involucrados de la institución pública para

que las áreas que presenten inconvenientes puedan mejorar en beneficio de los docentes.

1.2 Planteamiento del problema

Entre 1997 y 2007, Ecuador sufrió la peor crisis económica a nivel nacional. Estas consecuencias vividas en el país todavía son palpadas por las presentes generaciones de la sociedad ecuatoriana. El desprestigio de la sociedad política e instituciones públicas ocasionó un entorno de desagrado y pesimismo. (CNP, 2017)

No obstante, este desequilibrio conllevó al país a una etapa de cambio. Entre 2007 y 2008, democráticamente se dio lugar a un texto constitucional de vanguardia, inclusivo, garantista de derechos para recuperar la independencia del Estado, así como la democratización de los rendimientos del sector público.

En el año 2010, se creó el Nuevo Modelo de Gestión Educativa (NMGE) para que, a través de la desconcentración de la Autoridad Educativa Nacional, se brinde un servicio público profesional, ético y transparente que constituya uno de los componentes claves para la administración pública democrática orientada hacia la ciudadanía no como simples usuarios o clientes del Estado, sino “como sujetos de derechos y deberes, y agentes corresponsables de su realización”. (CNP, 2017, p. 97)

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), “en su calidad de organismo rector de la planificación territorial nacional y de la transformación democrática del Estado” ha determinado la creación de unidades territoriales desconcentradas como distritos y circuitos administrativos para que posibiliten el mejoramiento de la prestación de servicios públicos, vincule el Estado a la ciudadanía y se logre mejorar la gestión de las Carteras de Estado. (CNP, 2017, p. 97)

Como resultado, el Consejo Nacional de Planificación (CNP) el 15 de febrero de 2012, dispuso que las entidades de la Función Ejecutiva concretadas por la Senplades se desconcentren en zonas, distritos y circuitos. para llevar servicios eficientes a la ciudadanía. Por tanto, el Ministerio de Educación mediante 9 Zonas Educativas y 140 Distritos Educativos garantiza el acceso y calidad de la educación inicial a bachillerato para fortalecer el desarrollo económico, cultural y social de los habitantes del territorio nacional. (Ministerio de Educación, 2015)

En el Plan Nacional de Ecuador para el Buen Vivir 2013-2017 se señala: “En la Revolución Política y Constitucional, se apuesta por avanzar en la descentralización y desconcentración del Estado, por consolidar una administración pública eficiente, eficaz y participativa, que resuelva las demandas populares por impulsar la construcción del Estado plurinacional e intercultural, por promover y reconocer la organización social, la vida asociativa y la ciudadanía activa, asegurando el poder popular”. (CNP, 2013, p. 89)

Una gestión administrativa es eficiente si existe un manejo gerencial que garantice el cumplimiento de las metas, los objetivos señalados y el cumplimiento de la misión y visión de la institución pública (Passailaigue, 2014). La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 28 menciona que: “La educación debe responder al interés público y no exclusivamente al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en todos los niveles educativos”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

El Ministerio de Educación, a través del Acuerdo Ministerial 020-12 del 25 de enero de 2012, expidió el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, acorde al nuevo reordenamiento territorial, con el fin de garantizar la eficacia y eficiencia de las acciones técnicas, administrativas y pedagógicas en las diferentes instancias del sistema educativo del país (Ministerio de Educación, 2018).

La realización de la misión del Ministerio de Educación conlleva a incrementar la gestión por competencias de los funcionarios públicos implicados en los procedimientos de prestación de servicios públicos, además de utilizar adecuadamente los recursos y brindar una atención eficiente y eficaz a la comunidad educativa.

De hecho, durante los últimos diez años se han observado cambios en el sector educativo ecuatoriano en expresiones cualitativas y cuantitativas. En cuanto al aspecto cuantitativo, se han realizado obras sobresalientes como acceso de la población escolar en los niveles educativos, construcciones escolares, mejoramiento de la infraestructura educativa, aumento de salarios de docentes, entrega de libros de textos y desayuno escolar, entre otros. En el término cualitativo se percibe a la educación como un servicio público y se garantiza una educación pública gratuita. (Vera, 2017)

El problema surge cuando no existe una concreta definición institucional de los clientes, ni productos o servicios prestados para satisfacer la demanda. A pesar de que las organizaciones del sector público existen para brindar un servicio de calidad y su accesibilidad es un derecho consagrado en la Constitución de la República del Ecuador, hoy en día la prestación de sus servicios garantizados se enfrenta a muchos desafíos.

En el año 2018, la percepción de calidad de los servicios públicos a través de encuestas realizadas a usuarios del área urbana y área rural en 26.928 viviendas de todo el país, logró obtener la valoración de 6,31 sobre 10 siendo la evaluación más baja desde el 2012. Asimismo, se encuentra en decadencia la confiabilidad de los ciudadanos en la fuerza pública y corte nacional de justicia. (INEC, 2019)

Las principales dificultades se presentan cuando existe la interacción entre el usuario y el funcionario público como la corrupción, trato descortés, discriminación, burocracia, lentitud para efectuar trámites, percepción de los

ciudadanos sobre la falta de conocimientos, falta de documentación. (Senplades, 2009)

El Ministerio de Trabajo ha registrado 33.437 denuncias por despidos y vulneración de derechos laborales entre marzo y septiembre del 2020 por Sistema Único de Trabajo (SUT) y a través del correo electrónico, tomando en consideración que una misma persona puede realizar varias quejas sin restricción. (Diario El Comercio, 2020). Cabe mencionar, que, debido a la emergencia sanitaria dada a nivel mundial en el año 2020 por la crisis del Coronavirus, los servidores públicos han atendido solicitudes ciudadanas de manera virtual.

Trasladando este hecho al mundo laboral, la relación usuario-institución es una de las que más se ha visto afectada en este periodo ya que los funcionarios deben buscar estrategias para satisfacer las necesidades de sus usuarios como mostrar empatía, transmitir cercanía y agilizar los procesos de manera virtual. Aunque existen funcionarios que laboran en sus instalaciones, no se permite la aglomeración de personas.

Al existir una idea generalizada en la que las organizaciones públicas no brindan un buen servicio, la Dirección Distrital 09D17 Milagro – Educación también se encuentra bajo este inconveniente, esta pertenece a la Coordinación Zonal 5, ubicada en la Av. 17 de Septiembre y Av. Colón de la ciudad de Milagro de la provincia del Guayas y está conformada por 1850 funcionarios clasificados en 24 administrativos (14 nombramientos y 10 contratos ocasionales), 1720 docentes, 40 directores, 20 rectores y 46 códigos de trabajo; forma parte de esta investigación para evaluar el impacto entre la gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la institución. Asimismo, se propone diseñar un modelo con estrategias administrativas que permita mejorar los servicios brindados al usuario luego de los resultados obtenidos.

1.2.1 Formulación del problema

¿Qué modelo de planificación permitirá fortalecer la gestión de la calidad del servicio a los docentes, directores y rectores de las instituciones educativas públicas en los procesos administrativos de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación?

1.2.2 Sistematización del problema

- a) ¿Cuál es la situación actual de la gestión de la calidad del servicio brindado en la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación?
- b) ¿Cuáles son las acciones o procesos que ejecuta la Dirección Distrital 09D17 Milagro – Educación y que contribuyen en la gestión de la calidad de los servicios y trámites de los usuarios?
- c) ¿Cuál es la relación entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Proponer un modelo para fortalecer la gestión de la calidad del servicio a los docentes, directores y rectores de las instituciones educativas públicas facilitando la valoración de la eficiencia y eficacia de los procesos administrativos de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación a través del método Servperf.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Analizar la situación actual de la gestión de la calidad del servicio brindado en la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.
- b) Identificar los procesos implementados por la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación y que pueden generar una contribución en la gestión de la calidad del servicio.

- c) Determinar la relación entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, destacando los factores significativos que influyen en el rendimiento de los funcionarios que laboran en las diferentes áreas administrativas.

1.4 Justificación

La presente investigación se justifica por la relevancia que tienen los procesos administrativos de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, considerando que la educación es un derecho esencial en la vida de los seres humanos que tiene el poder de cambiar vidas.

Anteriormente, no se ha realizado un análisis similar en el caso de estudio seleccionado a pesar de que el Ministerio de Educación cuenta con una política de calidad que busca “proporcionar servicios efectivos de atención ciudadana a la comunidad educativa, logrando la satisfacción del usuario a través de un proceso de mejora continua.” De la misma forma, en su Manual de Calidad posee cuatro objetivos de calidad que son: “incrementar la satisfacción del usuario en los procesos de Atención Ciudadana, disminuir las quejas ciudadanas en las Direcciones Distritales y disminuir los plazos de entrega de los servicios solicitados”. (Ministerio de Educación, 2016)

En tiempos de crisis, los docentes han tenido que adaptarse a una situación imprevista y una nueva forma laboral en un tiempo récord con el fin de impartir sus clases de manera virtual o incluso han tenido que trasladarse al domicilio de los estudiantes que no poseen internet, en otras palabras, los profesores y líderes de las instituciones educativas han demostrado ser verdaderos héroes de esta pandemia.

Por lo tanto, los docentes y toda la comunidad educativa merecen obtener satisfacción en cuanto a la calidad del servicio ofrecido por los funcionarios

administrativos de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, quienes deben ser ejemplo para los más jóvenes demostrando valores como responsabilidad, honestidad, y empatía ante los usuarios.

Al finalizar el trabajo, se pretende expandir las fronteras del conocimiento con respecto a cómo la gestión de la calidad del servicio influye o impacta en la satisfacción del usuario, los elementos de la gestión de la calidad del servicio y otros determinantes de la satisfacción del usuario. Asimismo, se busca conocer la percepción de los usuarios y realizar las recomendaciones concretas al personal de la institución pública a través de un modelo de gestión para que su lugar de trabajo se convierta en el centro de excelencia propuesto por su plan estratégico de mediano plazo.

1.5 Marco de referencia

En esta sección se abarcará las definiciones relacionadas a la gestión, calidad del servicio y la satisfacción del usuario para que el lector comprenda los hechos concernientes al trabajo realizado.

1.5.1 Definición de gestión

Según los autores Vargas y Aldama (2014), la gestión “está compuesta por las actividades realizadas por un administrador para cumplir con los objetivos que deben posicionar a la organización en el mercado en el que incursiona, satisfaciendo las necesidades de los usuarios y partes interesadas” (p. 87). Es la orientación que influye en el mercado, la producción y / o las operaciones de recursos en una organización y sus unidades que puede abordar problemas tanto de personas como de no personas y es ejercida por múltiples actores de la organización con el fin de lograr los objetivos de la unidad. Gestionar una unidad es sinónimo de “dirigirla” o “liderarla”. (Kaehler & Grundei , 2018)

En la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, la gestión es relevante para que los funcionarios administrativos direccionen las estrategias que se realizan

para brindar un servicio eficiente y eficaz que satisfaga las necesidades de los usuarios.

1.5.2 Definición del Servicio

Se plantea tres definiciones que resume los diversos conceptos que en la actualidad se dan, las cuales están basadas en el alcance del servicio. Begazo (2006. p.75). a. Definición 1 (restrictiva) Es la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales b. Definición 2 (ampliada) Son actividades, beneficios o satisfacciones puestos a la venta o proporcionados en conexión con la venta de bienes c. Definición 3 (integral) Son actividades intangibles e identificables por separado, que proporcionan la satisfacción deseada cuando se venden a los consumidores y/o usuarios industriales y que no están necesariamente vinculadas a la venta de un producto o de otro servicio.

1.5.3 Servicio al cliente

Partiendo de la principal función de cualquier entidad que es la dotación de servicios, es vital que dichas instituciones y sus responsables verifiquen constantemente que cada área bajo su cargo se encuentre brindado un servicio de calidad con calidez y eficiencia. Por lo tanto, al ser considerada una prestadora de servicios está implícita en una serie de cambios significativos, tal como los sugiere Halliburton (2007) que es importante que se centre en obtener un resultado positivo sin dejar de priorizar al usuario, promover la integración de colaboradores para garantizar un servicio de calidad y finalmente, que el trabajo interno sea flexible e integral con la finalidad de cumplir con lo encomendado y no apegarse a una rutina.

Como parte del servicio, se encuentra el que se oferta al cliente como principal destinatario externo, por lo tanto, si es importante brindar un servicio al cliente, usuario o ciudadano bajo el manejo óptimo de actividades o aplicaciones que evidencien una solución efectiva y grata.

La atención al cliente comprende el servicio que permite disolver las inquietudes que tengan los clientes sobre aspectos puntuales de la institución y generar una mejor satisfacción (Mateos, 2019). Este proceso se concentra como una parte o fase de la posventa conformado por una vigente relación entre las empresas y los usuarios (Pacheco, 2016). Sobre este proceso se menciona por García (2016) que “un valor agregado, inmaterial que influye de manera determinante en la lealtad de cliente y en la reiteración del consumo del mismo, por esa razón, sugiere la relevancia de mantener esfuerzos permanentes para optimizar su prestación” (p. 384). Por otra parte, Solano (2017) indica que:

El servicio al cliente es un conjunto de actividades que permite que la interacción entre empresa y las personas que requieran un producto o servicio interactuar, el servicio al cliente se fundamenta principalmente en el mercadeo, por lo que su capacitación debe alinearse con las estrategias de mercadeo de la organización. De igual forma el servicio al cliente pretende desarrollar una relación con el cliente, basada en la calidad del servicio, buscando siempre superar las expectativas. (pp. 5-6)

De acuerdo con el autor mencionado en el párrafo anterior, el servicio al cliente hace referencia a todas aquellas acciones que realiza una empresa para poder obtener la satisfacción del cliente antes, durante y después de la compra de un producto o la prestación de un servicio. Lo que se visualiza mediante la referencia, es que una de la finalidad del servicio al cliente es añadirle valor a que ya se oferta por la empresa, buscando satisfacer al usuario desde diferentes aspectos para fidelizarlo a la marca. Otro pensamiento a resaltar es el indicado por parte Salazar y Cabrera (2016):

El servicio al cliente, actualmente es de gran importancia debido a la dirección que el mercado ha dado a la comercialización de los servicios y la trascendencia que dicho servicio tiene como elemento importante en la

diferenciación de los negocios, así el servicio al cliente se convierte en pilar fundamental de subsistencia de las instituciones en el mercado. (p. 13)

Las estrategias se deben enfocar principalmente en la satisfacción del consumidor para llegar a obtener beneficios mayores para la organización. “La estrategia más importante con la que se puede comprometer la alta gerencia es la creación de una cultura de servicio al cliente en los colaboradores de la empresa, como lineamiento en la ejecución de sus actividades” (Daza & Daza, 2017). Por otra parte Solano (2017) también hace referencia que:

En cuanto al cliente, generalmente llega con una expectativa del servicio, positiva o negativa es deber de los colaboradores de la organización superar dichas expectativas y crear en el cliente la imagen que la empresa. Para muchas empresas es un camino difícil, pues implementan de forma informal y muchas veces sin definición o reglamentación sus estrategias de servicio al cliente. (p. 6)

Las expectativas del cliente son acciones del cual el cliente está acostumbrado por parte de quien le brinda un servicio, es decir todo aquello que el consumidor espera recibir por parte de empresa en cuestión. La diferenciación es otra de las ventajas que se brinda por parte de la conformación de un adecuado servicio al cliente, esto es mencionado en el párrafo precedente, lo que atribuye al proceso como un factor distintivo para que el cliente separe las características de una organización con otra y considere cual es más conveniente para su persona en el corto y largo plazo. “El éxito de cualquier empresa o negocio reside en su capacidad para generar beneficios, cuanto mayores mejor y en el menor tiempo posible” (Lacoste, 2018, p. 10).

Aunque en general se cree que una empresa es exitosa solo si produce excelentes ganancias, pero no solo se trata de eso, también es necesaria mantener la imagen de la empresa por lo alto y esta se obtiene brindando un buen servicio al

cliente para que estos se sientan satisfechos con la atención brindada y así obtener fidelidad y además obtener referidos por parte de ellos.

1.5.4 Teorías relacionadas con la atención del cliente e innovación

Teoría del Valor y satisfacción del cliente. La teoría fue desarrollada por parte de Kotler y Keller (2016), se expone que existen dos variables relevantes para los consumidores de una empresa, el primero hace referencia al valor que corresponde al beneficio que se percibe por parte del usuario, mientras que el segundo es la satisfacción donde se menciona que debe cumplirse con las expectativas que tiene el individuo para conseguir su satisfacción (Sanca & Cárdenas, 2021). En sí, esta perspectiva busca generar un valor añadido como eje para satisfacer al cliente, siendo este logro esencial para poder captar y fidelizar al cliente, por lo que se entiende que la respuesta que se debe buscar por los directivos es como el producto lograra satisfacer las necesidades del público objetivo.

Teoría económica de la innovación la “destrucción creativa”. La presente teoría parte desde la perspectiva de Schumpeter, quién propone al emprendedor como el núcleo de los procesos de innovación permitiendo un desarrollo económico; dicho individuo irrumpe con acciones creativas en el mercado como la diferenciación que permite sostenerse en los mercados. En sí, destaca que la innovación es un complemento para que el emprendedor asegure el crecimiento económico de un negocio a través de una búsqueda de cambios y examinación sistemática de oportunidades, que pueden ofrecerse en el ámbito social o económico. Así mismo, parte de esta innovación se integra los cambios tecnológicos, los cuales generan una reducción de procesos, ahorro de tiempo y sobre todo una mayor optimización de recursos (Quevedo, 2019).

Por lo tanto, se la puede considerar como una herramienta específica para explotar acciones de cambio para generar negocios con diferenciación, siendo visto como una disciplina que puede aprenderse y practicarse. Dichas teorías permiten observar a estas acciones como procesos de cambio en busca de un

aprovechamiento de factores y situaciones que harían al negocio favorable, por lo que la innovación se basa en la diferenciación, en observar elementos que pueden favorecer en la situación del negocio que se ejerce.

1.5.5 Relación con el cliente

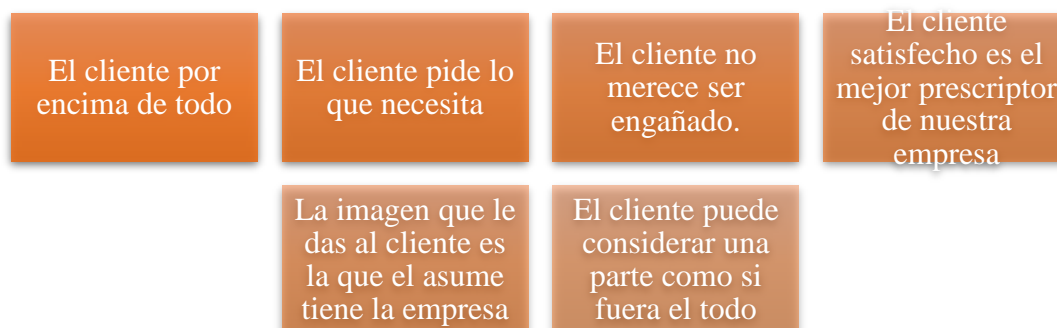
Llegar a tener una buena relación con los clientes no es fácil, es un trabajo constante, para ello se debe tener estrategias que sirvan como base para poder persuadirlos y retenerlos en la cartera de clientes y así obtener la verdadera satisfacción para ambas partes. El autor anteriormente mencionado Solano (2017) menciona que:

Desarrollar una relación con el cliente no es sencillo, por eso la empresa moderna invierte en muchas ocasiones mayores recursos en mantener clientes antiguos más que en conseguir nuevos clientes, la razón es sencilla, los clientes antiguos representan confort para la empresa, proporcionan un flujo constante de ingresos y existe mayor probabilidad de que estos refieran nuevos clientes. (p. 7)

Lacoste (2018) en su libro de “Cómo mejorar la relación con los clientes” hace referencia de algunos puntos para que el cliente sea atendido de forma eficaz, los cuales, se exponen en la figura 1:

Figura 1

Relación con los clientes



Fuente: Adaptado de Lacoste (2018)

El autor mencionado anteriormente también se refería a que se debe ver al cliente como una fuente de entrada, no como un costo, y que si la empresa no está en las condiciones de darle el servicio que busca es mejor decírselo y no engañar al usuario con un servicio que no va a tener; por otra parte el cliente siempre está pendiente de su servicio, lo que fallar en algo provoca que el cliente piense que se habrá fallado en todo, por este tema es mejor que se tenga todo debidamente controlado.

1.5.6 Calidad del servicio

La calidad dentro de las organizaciones ha pasado por diferentes perspectivas dentro de la historia de la organización, añadiendo conceptos para proponer un enfoque más completo, estas etapas se pueden resumir en la tabla 1:

Tabla 1
Etapas del enfoque de calidad en la historia

Etapas	Concepto
Primera etapa (Suscitada en 1920 – Artesanal)	Alcanzar un bien desarrollo sin mayor consideración del esfuerzo y costo que requiere.
Segunda etapa: (1930 – Revolución industrial)	Ejecutar varios procesos sin dar mucha importancia a la calidad.
Tercera etapa: (1930;1949 – Segunda guerra mundial)	Se centra en armamentos, buscando alcanzar la calidad sin importar los costos y el menor tiempo posible el costo, con rapidez.
Cuarta etapa: (1950;1979 – Post guerra)	Pensamiento de hacer las cosas bien mediante una minimización de costos.
Quinta etapa: (Los años 80)	Planteamientos de control de la calidad.
Sexta etapa: (Desde 1990)	Se produce lo denominado como “Calidad total”.

Fuente: Adaptado de Pincay y Cecilia (2020)

Esta descripción del ciclo histórico del enfoque de calidad demuestra como las organizaciones fueron cambiando su pensar en diferentes aspectos, donde dieron mayor importancia a presentar bienes y servicios eficientes que entregarlo a bajos costos o de forma rápida, hasta llegar a un punto donde la eficiencia sería el camino a seguir.

Nugraha (2020) considera que la calidad del servicio es una condición dinámica cuyo propósito es satisfacer las necesidades de los usuarios. La calidad del servicio tiene un papel trascendental en aquellas entidades que quieran fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo Tomando como base lo anterior y de acuerdo con Parasaruman, Zeithmal y Berry (1994) y otros investigadores, la calidad percibida del servicio es un juicio que engloba varias cosas, ellos afirman que dicha percepción es el resultado de la comparación de expectativas con opiniones sobre el desempeño, y que la calidad en el servicio se relaciona con la satisfacción, pero no es equivalente. Algunas de las formas como se ha definido la calidad en el servicio son:

- Conformidad de los requerimientos del cliente en la entrega del servicio.

- La suma total de un número de actividades que componen el desempeño de una industria de servicio particular. La calidad que una empresa brinda a sus clientes puede medirse de acuerdo a los lineamientos establecidos internamente o incluso puede cumplir con estándares internacionales. Por ejemplo: Una empresa certificada bajo la norma ISO 9001 garantiza a sus clientes que ha implementado un sistema para asegurar que cualquier producto o servicio que ofrezca cumplirá con normas internacionales de calidad. Sin embargo, dichos controles no garantizan que los clientes perciban determinado nivel de calidad en el servicio y este nivel no se puede verificar hasta que el servicio ha sido brindado al cliente. Un servicio de calidad genuina rara vez pasa desapercibido, así como uno de mala calidad, pero la trascendencia es diferente a través del vox populi, debido a que según estudios, los clientes cuentan a dos veces más personas sus experiencias con servicios deficientes de lo que lo hacen con las relacionadas con servicios satisfactorios.

Lo que convierte a la calidad en el servicio en una medida de satisfacción de las expectativas de los clientes. Alrededor del mundo, las compañías se han dado cuenta de que prestar atención a la calidad en el servicio que se brinde resulta benéfico para la rentabilidad y su crecimiento en el mercado. Tanto así que las economías más relevantes a nivel mundial sustentan su economía en la producción de servicios, por sobre la producción de bienes, considerándose a estas como una economía de servicios.

1.5.6.1 Dimensiones

1.5.6.1.1 Fiabilidad

La fiabilidad implica manejar problemas de servicio al cliente tales como servicios oportunos y mantenimiento de registro libre de errores.

1.5.6.1.2 Capacidad de Respuesta

La capacidad de respuesta se define como "la voluntad de ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido". (Parasuraman et al., 1988). Se han observado efectos positivos de la capacidad de respuesta en la satisfacción del cliente. Señalado por varios estudios, entre ellos, importantes contribuciones son Appannan et al. (2013); El Saghier y Nathan (2013); Fauz (2014); Tufail y col. (2016); Felix (2017).

1.5.6.1.3 Seguridad

La seguridad implica personal cortés y conocedor que tiene la capacidad de transmitir confianza (Parasuraman et al., 1988). Felix (2017) creía que la satisfacción de los usuarios del sector bancario podría aumentar con la sensación y el sentido de transacciones seguras.

1.5.6.1.4 Empatía

Parasuraman et al. (1988) definieron la empatía como el cuidado y la atención individualizada que la institución proporciona a sus usuarios y se preocupa

por la comprensión de las necesidades del cliente por parte de los empleados. Eso es un aspecto significativo de la calidad del servicio que muestra un impacto considerable en la satisfacción del cliente (Wieseke et al., 2012).

1.5.6.1.5 Bienes Tangibles

Fitzsimmons (2006) define a bienes tangibles como “instalaciones físicas, materiales y equipos también como material de comunicación indicativo del cuidado y atención prestados a los detalles ofrecidos por el proveedor de servicios.

1.5.7 Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario ha sido interpretada por varios autores, entre ellos economistas, sociólogos y psicólogos como una medición que muestra la efectividad del marketing, manifiesta el bienestar de la ciudadanía e indica el sentimiento emocional de los usuarios.

Entre otras definiciones, ha sido explicada a) en función de las expectativas asociadas al servicio o consumo, b) en función de la valoración de la divergencia entre expectativa y rendimiento percibido, c) como evaluación o juicio general determinado por las respuestas afectivas o cognitivas del usuario acerca de la compra o uso de un servicio o producto, d) para comparar el costo-beneficio del uso o compra de un producto o servicio en relación a resultados anticipados e) como un proceso multidimensional, complejo y dinámico que incorpora actividades fisiológicas, cognitivas, afectivas, fisiológicas o conductuales. (Vergara, 2014)

Según Medina (2016) la competitividad internacional de las instituciones de servicio exige su excelencia en los procesos internos y externos, debido a que son un sector consolidado en la economía, donde realizar acuerdos trascendentales, tercerización de actividades, cuidar cada paso involucrado y satisfacción de su usuario son acciones que le van a permitir su constante progreso. Ramírez, Maguiña y Huerta (2020) mencionaron:

La satisfacción se atribuye a los sentimientos de felicidad del cliente cuando el proveedor del servicio satisface sus expectativas. En la literatura sobre gestión de servicios, la satisfacción del cliente puede definirse como un resumen de la reacción cognitiva y afectiva ante un incidente de servicio o una relación de servicio a largo plazo. (p. 332)

Esto permite tener otra visión sobre cómo se llega a cubrir este tipo de resultados dentro de las organizaciones, en este caso se aproxima a la satisfacción como un impulso propio de sentimientos, además de los otros aspectos tangibles, esto quiere decir que la atención es un aspecto primordial por parte de estos usuarios.

Al ser la variable dependiente de este estudio se conceptualiza como la percepción del usuario sobre el servicio que se ofrece en la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, la misma que permite a través de su medición conocer las fortalezas y debilidades de la institución pública.

1.5.7.1 Niveles de satisfacción

Cuando se asiste a un negocio por parte de los consumidores estos generar una percepción del mismo, lo cual, indica su nivel de satisfacción, de acuerdo con Huamani y Rojas (2018) existen tres tipos:

1. Insatisfecho: Se genera cuando el desempeño percibido no alcanza las expectativas del cliente.
2. Satisfecho: Caso contrario al anterior, en este se produce un buen desempeño por el servicio o producto.
3. Complacencia: Este escenario se genera cuando el desempeño que percibe el cliente supera las expectativas que tenía.

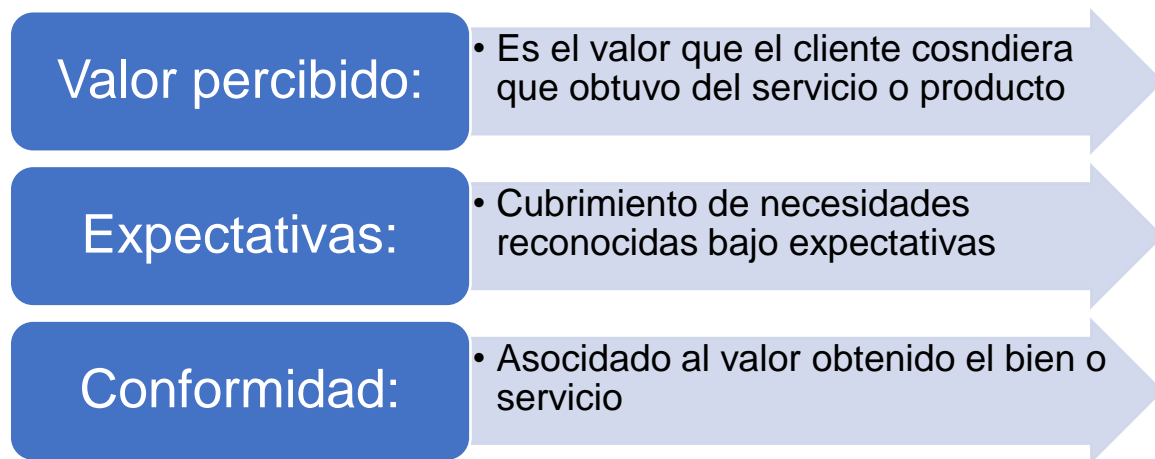
Como se puede observar, las referencias de satisfacción permiten fijar el pensamiento a dimensiones de expectativas y percepción, lo que permite

determinar que hay un cumplimiento en los deseos o necesidades que tiene el usuario, haciendo que cobre valor el análisis de estos aspectos.

1.5.7.2 Dimensiones que forman parte de la satisfacción

Dentro de la satisfacción se involucran una serie de elementos propios del ser humano, estos pueden generar una conformidad final que dependen directamente del valor que se percibe y expectativas, estos se mencionan en la figura 2:

Figura 2
Elementos de la satisfacción



Fuente: Adaptado de Troncos, Maldonado y Ortega (2020)

No obstante, se considera directamente relacionadas como dimensiones de la satisfacción a las expectativa y percepción (valor percibido) como incidentes en este estado del ser humano; se debe considerar que al hablar de expectativas se aprecia a la postura que mantiene una persona con respecto a los estándares que busca cubrir, por esto, es esencial en la satisfacción.

No obstante, es el valor percibido el que demuestra si existe una satisfacción o no con respecto a un bien o servicios, lo cual, se evalúa en medidas como servqual o Servperf, lo que permite tener una consideración correcta del resultado de evaluación de esta variable.

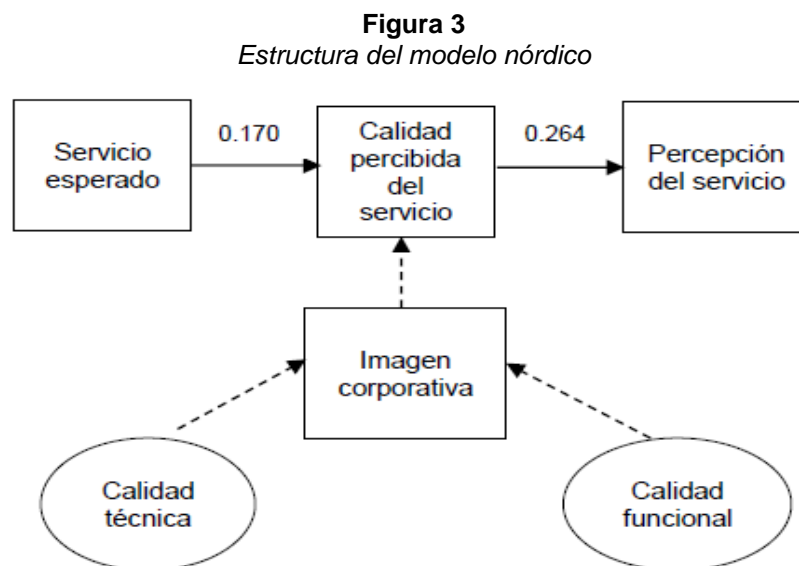
1.5.8 Modelos de medición

La operacionalización de la medición de la calidad del servicio se remonta inicialmente a la investigación de Parasuraman (1985), quien identificó dimensiones que luego fueron refinadas y desarrolladas. Entre los modelos más conocidos están:

1.5.8.1 Modelo Nórdico

Esta técnica se sustenta de la imagen corporativa que permite integrar la calidad técnica y funcional; al autor Grönoos en su publicación de 1994 habla sobre este instrumento de medición de la calidad percibida por el usuario, la perspectiva sostiene que un servicio técnicamente adecuado conduce a un rendimiento aceptable, adicional se cuestiona como se trata al cliente dentro de este desarrollo de sucesos, siendo este punto la calidad funcional (Huamani & Rojas, 2018).

La calidad del servicio se visualiza como una comparación entre lo que se espera y lo que se recibe por el usuario, en este sentido, para cumplir con una buena valoración se debe fijar la visión a cumplir con las expectativas, que es lo que satisface al usuario y permite estar satisfecho; el último factor que evalúa el método es la calidad organizativa derivada de la imagen que se percibe (Calvo & Landa, 2019). En la figura 3 se expone la estructura del modelo nórdico:



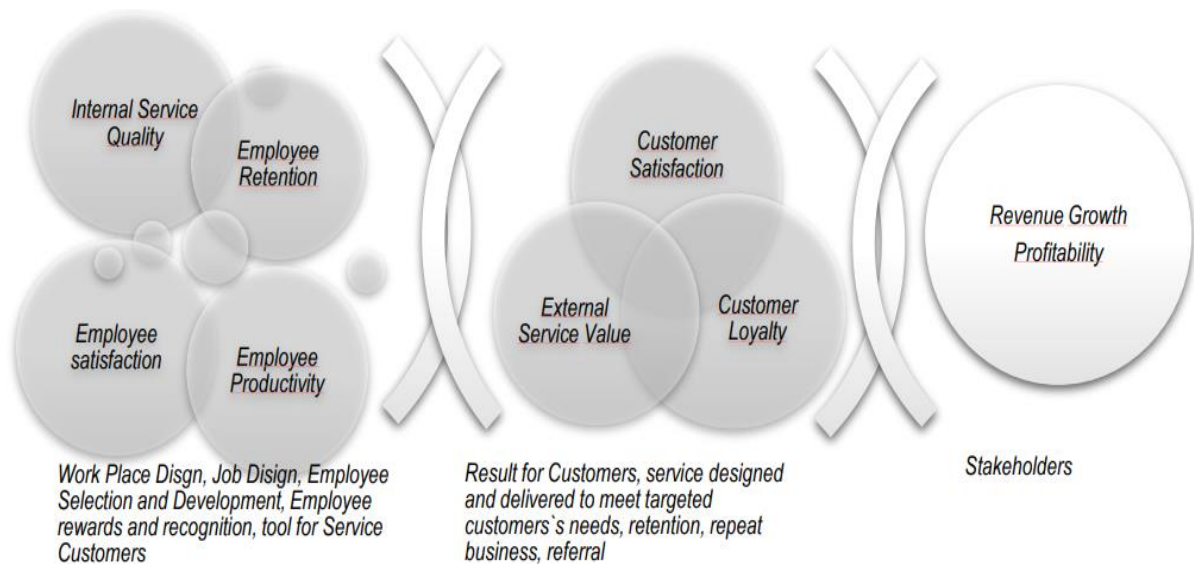
Fuente: Tomado de (Rodríguez, Garcés, Valencia, & Benjuamea, 2022)

La figura anterior permite observar la relación de los elementos de este modelo de valoración, se puede reafirmar que el servicio percibido y la calidad técnica influyen en la imagen que crea el usuario sobre el negocio, marca y empresa, construyendo el propósito de la valoración para tomar medidas respectivas.

1.5.8.2 Service Profit Chain

Este modelo permite establecer las relaciones entre la fidelidad del cliente, satisfacción, lealtad y productividad, lo que hace es interactuar a las variables en mención para generar una visión de los elementos de la cadena de valor para denotar como afectan a trabajadores, funcionamiento y clientes; este tipo de perspectiva se centra en empresas que brindan servicios. En la figura 4 se exhibe la estructura del modelo Service Profit Chain

Figura 4
Estructura del modelo Service Profit Chain



Fuente: Tomado de Saavedra (2019)

La conformación de esta técnica comprende una serie de elementos expresan no solo aspectos de la satisfacción del usuario, también temas de productividad y gestión por parte de la empresa, comparando resultados y

funcionamientos para vincularlos en un todo que permita determinar una visión clara a la organización. De acuerdo con Granados, Pedraza, Pérez y Gallarza (2022) permite “hallar una cadena virtuosa entre la calidad (externa e interna), la satisfacción (de clientes y empleados) y la lealtad”(p. 51).

1.5.8.3 Modelo Servqual

El modelo SERVQUAL posee 5 dimensiones: Empatía, Seguridad, Capacidad de respuesta, Confiabilidad y Bienes tangibles (Parasuraman et al. 1988), pero no ha estado exento de críticas, y una de las esenciales es con respecto al papel de las expectativas y su inclusión en el instrumento de medición porque se considera que no es válida ya que el modelo que lo sustenta se basa en un sistema de divergencias (expectativas -percepciones) y no de actitudes (Montaña, Ramírez, & Ramírez, 2002). Para Causado, Charris y Guerrero (2019):

Los modelos conceptuales desarrollados por estos investigadores, definen la calidad del servicio como la principal variable de resultado (...). Dicho modelo, contiene una serie de ítems destinados a medir los niveles de servicio esperado por el cliente, a lo cual se le denomina expectativas. Mediante esos mismos ítems coincidentes, se mide el nivel percibido de servicio proporcionado (servicio real). (p. 74)

Como se puede observar, en este modelo también se propone a la satisfacción del cliente o calidad del servicio mediante la comparación de las expectativas y la percepción. Es de gran utilidad su planteamiento en este tipo de investigación porque da una noción más amplia que otras técnicas que se concentran en menos dimensiones.

Posteriormente, surgieron disputas en cuanto al modelo SERVQUAL, pero veintidós ítems de las dimensiones de la calidad del servicio permanecen intactos como parte de los cinco factores de la calidad del servicio y que fueron aceptados

como lo suficientemente completos como para cubrir todo el dominio. De los puntos contenidos en la tabla 2 se compone el método:

Tabla 2
Dimensiones de Servqual

Dimensiones	Descripción
Elementos tangibles	Concierno a instalaciones, equipos y personal de la empresa.
Disponibilidad-Fiabilidad	Capacidad de ser fiable en el servicio.
Empatía	Expone referencias sobre el trato y atención.
Conocimiento del servicio	Habilidades y preparación exhibida por los empleados.
Tiempo	Capacidad de respuesta del servicio.

Fuente: Tomado de Noboa (Noboa, 2021)

1.5.8.4 Modelo Servperf

El modelo Servperf (Service Performace) nos permite medir el nivel de calidad de cualquier empresa que brinde un servicio donde se conoce las valoraciones de los clientes con respecto a la prestación que reciben y de esta manera plantear estrategias viables que beneficien a la empresa y al cliente. (Ramos, Mogollón, Santur, & Cherre, 2020).

Rodríguez, Martínez, Bhelmar y Madariaga mencionan que “un instrumento de medición de la calidad, con mayor objetividad que el instrumento Servqual. Cuenta con los mismos ítems y dimensiones, pero elimina las referencias a las expectativas de los clientes, por la dificultad en su interpretación. (p. 28). Lo que lo hace visualizar como un instrumento que brinda mayor facilidad que el Servqual.

Al Servperf se lo vincula a la metodología Servqual como una forma de optimizar la visión que presente este último en mención,

1.5.8.5 Comparativa entre modelos de evaluación

Para complementar esta sección de modelo de medición sería propicio observar una comparativa sobre las características de cada uno donde se incluye otros métodos que pueden considerarse, para esto se presenta la tabla 3:

Tabla 3

Métodos de evaluación de calidad y satisfacción de servicio

Métodos	Fundamento
Nórdico	Se relaciona a la concepción de la imagen corporativa ante la visión del cliente.
Servqual	Sostiene la valoración con respecto a las expectativas y percepción del cliente; se propicia como un método muy completo al hacer la valoración sobre estos ejes.
Servperf	Es una crítica al Servqual y propone la examinación únicamente del valor de percepción. Permite menor tiempo en su aplicación.
Service Profit Chain	Valora la opinión de clientes interno y externos para generar un resultado en específico.
Modelo de congruencia de los deseos del consumidor	La dimensión del deseo es la valorada mediante el cuestionario.

Nota: Adaptado de Orlandini y Ramos (2017); Castillo (2016); Huamani & Rojas (2018)

Existen varios tipos de medidas de evaluación que permiten considerar la calidad del servicio y satisfacción del usuario, la tendencia indica que la satisfacción se concibe con un buen servicio, por esto es que se relacionan ambos aspectos, en este sentido, la técnica oportuna es el Servperf porque es de menor tiempo su ejecución lo que permite que los colaboradores puedan ejecutar el cuestionario, además, se deriva de una de gran relevancia como el Servqual, lo que sostiene su funcionalidad.

1.5.9 Servicios públicos

Sarmiento (1996) define al servicio público como una actividad administrativa realizada por entidades estatales con el fin de satisfacer una necesidad de interés general, mediante prestaciones materiales en especie, periódica y sistemática.

Por otra parte, Dromi (1991) considera que es “un medio traducido en actividades públicas, con forma de obra, función o prestación de interés público que tiene un régimen jurídico de derecho administrativo común a todo el quehacer de la función administrativa”.

Uno de los problemas que enfrentan los servicios básicos, es que al ser una actividad monopolística, se dificulta la creación de incentivos para su mejoramiento de infraestructura a diferencia de mercados competitivos. (ONU-Habitat, 2012)

1.5.10 Ministerio de Educación

El Ministerio de Educación como organismo oficial encargado de gestionar las tareas administrativas relacionadas con la educación bajo el esquema de modernización y alineación ha considerado herramientas adecuadas que optimicen tiempos de ejecución en los procesos y a su vez se controle las actividades ejecutadas.

La Dirección Nacional de Administración de Procesos en su plan de implementación de la nueva estructura de gestión por procesos, ha priorizado algunos sistemas para la automatización y la implementación, con el fin de alcanzar una gestión institucional de calidad que respondan a las necesidades de los ciudadanos.

1.5.10.1 Atribuciones

En la Constitución de la República del Ecuador (2008), el artículo 227 determina que “La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración,

descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación” (p. 79).

La Carta Iberoamericana de Calidad en la Gestión Pública (CLAD, 2015) establece que:

La gestión por procesos en la Administración Pública debe tener en cuenta que el ciudadano es el eje fundamental de la intervención pública, lo cual requiere adoptar enfoques y diseñar los procesos de prestación del servicio desde la perspectiva del ciudadano, usuario o beneficiario, y no desde la perspectiva de la Administración Pública. (p. 14)

El Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos Mineduc señala como misión de la Dirección Nacional de Administración de Procesos el: Garantizar la implementación del modelo de gestión de procesos en la institución, de manera que los productos y servicios públicos respondan a las necesidades de los ciudadanos/as a través de una gestión pública de calidad (Ministerio de Educación, 2015).

1.5.10.2 Misión

Garantizar tanto el acceso como la calidad de la Educación Inicial, Educación General Básica y Bachillerato, para los habitantes del territorio nacional, mediante la formación integral, holística e inclusiva de niños, niñas, jóvenes y adultos, tomando en cuenta la interculturalidad la plurinacionalidad, las lenguas ancestrales y el género desde un enfoque de derechos y deberes que fortalezcan el desarrollo social, económico y cultural, el ejercicio de la ciudadanía y la unidad en la diversidad de la sociedad ecuatoriana.

1.5.10.3 Visión

Ser un sistema educativo de calidad y calidez, que funcione en el marco de la unidad nacional, de modo descentralizado, bajo un marco jurídico adecuado, que lidere los cambios sociales y el desarrollo cultural y socioeconómico nacional, que

responda a la realidad multiétnica y pluricultural, a las necesidades de desarrollo del país, sobre la base de sus principios, con énfasis en la distribución equitativa de recursos y la participación social ecuánime.

1.5.10.4 Ejes Transversales

“La gestión del Ministerio de Educación está enfocada en cambiar el paradigma educativo a través de la innovación y la cohesión de la escuela con la comunidad, para iniciar un proceso sostenido en la transformación social, cultural y productiva del país; para lo cual, durante el 2021, las acciones de esta Cartera de Estado se orientaron en base a los siguientes ejes transversales:

1. EJE 1 “Encontrémonos”. Reactivación de las unidades educativas y planes de reinserción escolar y nivelación.

Brigadas nacionales de docentes, quienes en “Puntos de Reencuentro” tomarán contacto y realizarán un diagnóstico del estado de situación del 100% de los estudiantes del sistema educativo fiscal, para proporcionarles contención y acompañamiento.

Retorno progresivo a las aulas de forma presencial, segura y voluntaria, articulado con los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Plan de reinserción y nivelación de estudiantes en edad escolar que están fuera del sistema educativo.

Oportunidades de aprendizaje a lo largo de toda la vida, fortaleciendo la educación inicial y la educación para jóvenes y adultos.

2. EJE 2 “Todos”. Educación inclusiva e intercultural en todos los lugares del Ecuador. Una educación intercultural diversa, que vincule a la comunidad.

Una “Escuela del Encuentro”, con participación de las familias, en cada una de las 1.499 parroquias del Ecuador como motor del cambio y desarrollo en la comunidad.

Fortalecimiento de la educación rural y comunitaria con la reapertura y fortalecimiento de 900 escuelas rurales y con la implementación de un modelo pedagógico multigrado pertinente y de calidad. Inclusión educativa de estudiantes con necesidades educativas especiales vinculadas o no a una discapacidad.

Educación intercultural y diversa, fortaleciendo la celebración de la diversidad en el sistema educativo nacional, la etnoeducación y la educación intercultural bilingüe.

3. EJE 3 “LIBRES Y FLEXIBLES”. Flexibilización del sistema educativo.

Mayor autonomía y libertad para las instituciones educativas con currículos contextualizados.

Mayor libertad y autonomía para las instituciones particulares y fiscomisionales promoviendo modelos de innovación y con base en la calidad de su oferta. A mayor calidad, mayor autonomía.

Currículos contextualizados a las realidades del territorio nacional.

Promoción de ofertas educativas en modalidades flexibles e innovadoras que atiendan a las necesidades de la población.

Oferta flexible de los recursos editoriales educativos – incluyendo libros de texto; y libre elección de recursos educativos de las instituciones educativas particulares y fiscomisionales del país, siempre considerando la economía familiar y en cumplimiento de la Ley y los derechos humanos.

1.5.10.5 Objetivos Estratégicos

1. Incrementar la calidad del servicio educativo en todos los niveles y modalidades, con enfoque intercultural, intercultural bilingüe y de inclusión
2. Incrementar el mejoramiento del bachillerato para la preparación de los estudiantes al mundo laboral y la educación superior.
3. Mejorar la calidad del servicio docente
4. Incrementar la oferta educativa en alfabetización, educación básica, educación básica superior, bachillerato, educación básica superior virtual y bachillerato virtual para personas con rezago escolar
5. Fortalecer la corresponsabilidad institucional y el compromiso de la sociedad por los derechos en el proceso educativo.
6. Fortalecer la corresponsabilidad institucional y el compromiso de la sociedad por los derechos en el proceso educativo.
7. Optimizar y priorizar el uso del presupuesto asignado al Distrito.
8. Incrementar la eficiencia institucional en el Distrito.
9. Incrementar el desarrollo del talento humano en el Distrito.

CAPITULO II. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Diseño, alcance y enfoque de la investigación

Un diseño de investigación es un conjunto de operaciones cuyas fases principales son el plan y la estructura de la investigación, las mismas que orientan la recopilación de evidencia empírica apropiada para originar respuestas a las preguntas de investigación (Ansolabehere et. al., 2018).

En la clasificación del diseño sobresalen los de tipo experimental y no experimental. El primero, se basa en reglas que manejan el comportamiento del experimento, ya que consta de tres principios básicos como son la replicación, aleatorización, y control local es decir que existe manipulación de variables (Vadivel, 2021).

Con respecto al primer punto del marco metodológico, el diseño de la investigación es no experimental dado que no implica la manipulación de las variables por parte del investigador, en su lugar se centra en encontrar vínculos o asociaciones entre variables que observan los fenómenos en su ambiente natural (Reio, 2016).

La presente investigación se realiza con un enfoque mixto porque ofrece herramientas útiles para investigar procesos y sistemas complejos en educación, salud y ciencias sociales (Lorenzini, 2017). Según Plano Clark y Ivankova (2016) “Es el proceso de integrar la recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos para abordar mejor el propósito de un estudio de investigación” (p. 4). Es decir que esta combinación ayuda a obtener mejores resultados en el estudio planteado.

En este contexto, entre las variables gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, por un lado, se aplica el enfoque cualitativo ya que usa una revisión documental para caracterizar los procesos y, por otro, lado utiliza un

enfoque cuantitativo que contribuye a la generalización de las conclusiones entre las dos variables.

Con la aplicación del modelo elegido “Servperf”, se puede manifestar la valoración de calidad del servicio a través de los números y porcentajes que se obtienen como resultados para determinar el nivel de satisfacción del usuario.

En cuanto al alcance de la actual investigación es correlacional, el cual, nos permite genera, a su vez, una visión descriptiva del problema, esto sirve de reseña de rasgos, cualidades o atributos del objeto de estudio, sin depender de la problemática (Chávez, 2015). De igual forma, para Hernández (2014) el alcance correlacional busca determinar el nivel de relación entre dos o más variables dentro de un ambiente o estudio es específico.

A través de este trabajo no sólo se busca describir las variables de estudio, sino que busca analizar el nivel de relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

Para probar la hipótesis general se analizará la correlación de Pearson para medir la relación existente entre las puntuaciones obtenidas del método Servperf y el nivel de percepción de la calidad del servicio, dado que es una herramienta estadística empleada en diversas áreas científicas relacionadas con las ciencias sociales (Hernández, 2018).

Es decir que, en las posteriores secciones, se estimará la intensidad de la relación entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario para determinar el nivel de influencia que tienen los docentes, directores y rectores de las instituciones educativas sobre el rendimiento de los funcionarios que laboran en las áreas administrativas de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación. Asimismo, se calculará el coeficiente Alpha de Cronbach para evaluar la

confiabilidad o consistencia interna del instrumento constituido por una escala Likert (Quero, 2010).

2.2 Métodos de investigación

Para el desarrollo del planteamiento de la investigación se aplicó el método deductivo que se considera aquella orientación que va de lo general a lo específico; es decir, que parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos. En el desarrollo del estudio de campo se empleó el método inductivo que es la orientación que va de los casos específicos a lo general; es decir que parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos específicos (Caballero, 2014). Y para la descripción e interpretación de los datos se utilizó el análisis y la síntesis (Bernal, 2010).

2.3 Unidad de análisis, población y muestra

2.3.1 Unidad de análisis

Se define como la entidad u objeto básico formada por fenómenos sociales, tiempo y espacio sobre el que se hacen generalizaciones. Se refiere a los individuos, grupos, artefactos (libros, fotos, periódicos), unidades geográficas e interacciones sociales (Miles, 2019).

Se considera como unidad de análisis a los involucrados en el actual estudio, es decir, los usuarios (rectores, directores y docentes de las instituciones educativas) y la máxima autoridad de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.

2.3.2 Población

Según Hernández (2001), la población “es el conjunto de componentes que tienen injerencia en un estudio, los mismos que presentan características similares que pueden ser referentes en una investigación” (p.127).

De forma general, en la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación existen 4.895 colaboradores, de la cual, 1.780 funcionarios se distribuyen en 1.720 docentes, 40 directores y 20 rectores. Para sacar la muestra se tomará en consideración el total de colaboradores para conseguir una muestra más representativa, posteriormente se procederá a estratificarla según la representación de los usuarios (docentes, directores y rectores).

2.3.3 Muestra

En cuanto a la muestra, Arias (2015) la describe como una parte representativa de la población bajo estudio, la misma que al ser menor a 100 mil elementos se cataloga como población finita y se emplea una fórmula estadística con el fin de disminuir la cantidad total de los individuos involucrados en el análisis, por lo mencionado en este caso se ha tomado en cuenta la aplicación de la fórmula muestral:

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

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
- P = probabilidad de éxito = 0,5
- Q = 1 – P = 0,5
- PQ = constante de la varianza poblacional (0,25)
- N = tamaño de la población
- e = error máximo admisible (al 5%).
- Z = Coeficiente de corrección del error (1,96).

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

$$n = \frac{(0,25) (4.895)}{(4.895 - 1) \frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{1.223,75}{4.894 \frac{0,0025}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{1.223,75}{(4.894) (0,00065077) + 0,25}$$

n = 356 encuestas en total

De 1.780 usuarios (docentes, directores y rectores) que se encuentra en la actualidad, un total de 356 serán encuestados y forman parte de la muestra del proyecto. Con base a este resultado se procede a aplicar una muestra estratificada descrita en la tabla 4:

Tabla 4
Muestra estratificada del proyecto

	Población por segmento	Representación por segmento	Muestra por segmento
Docentes	1720	96,63%	344
Directores	40	2,25%	8
Rectores	20	1,12%	4
Total	1780		356

Con base a esta información se procederá de aplicar las encuestas del estudio, lo que permitirá tener una muestra significativa de cada segmento de usuario y poder inferir los resultados al total de la población. Adicionalmente, se realizará una revisión documental como se mencionó anteriormente.

2.4 Variables de investigación (Operacionalización de las variables)

La operacionalización de variables es un proceso lógico de desagregación de elementos abstractos, conceptos teóricos, hasta llegar al nivel más específico, los hechos producidos en la realidad y que representan indicios del concepto, pero que se pueden observar, recoger y valorar, es decir sus indicadores (Reguant & Martínez, 2014). En la tabla 5, se muestra la operacionalización de variables analizadas que inicia desde la conceptualización hasta las técnicas de la investigación.

Tabla 5
Operacionalización de las variables

Objetivos específicos	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Fuentes	Técnicas
<p>a) Analizar la situación actual de la gestión de la calidad del servicio brindado en la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.</p> <p>b) Identificar los procesos implementados por la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación y que pueden generar una contribución en la gestión de la calidad del servicio.</p> <p>c) Determinar la relación entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, destacando los factores significativos que influyen en el rendimiento de los funcionarios que laboran en las diferentes áreas administrativas.</p>	Gestión de calidad de servicio	X1: Fiabilidad	Porcentaje obtenido de los docentes, directores y rectores por el desempeño del servicio, la información oportuna de los procesos y el interés en la resolución de problemas	Docentes, directores y rectores de las instituciones educativas	Investigación primaria: Encuesta/cuestionario
		X2: Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de percepción de participantes sobre la capacidad de respuesta. Resolución de inquietudes/Trámites. 	<ul style="list-style-type: none"> Docentes, directores y rectores de las instituciones educativas Registros de la dirección distrital 	Investigación primaria: <ul style="list-style-type: none"> Encuesta/cuestionario Investigación secundaria: <ul style="list-style-type: none"> Documental
		X3: Seguridad	Porcentaje obtenido de los docentes, directores y rectores por el desempeño del servicio, la información oportuna de los procesos y el interés en la resolución de problemas	Docentes, directores y rectores de las instituciones educativas	Investigación primaria: Encuesta/cuestionario
		X4: Empatía	Obtenido de los docentes, directores y rectores por la atención brindada por los funcionarios	Docentes, directores y rectores de las instituciones educativas	Investigación primaria: Encuesta/cuestionario
		X5: Bienes tangibles	Porcentaje obtenido de los docentes, directores y rectores por las instalaciones físicas y elementos materiales	Docentes, directores y rectores de las instituciones educativas	Investigación primaria: Encuesta/cuestionario
	Satisfacción del usuario	Y1: Satisfacción de los docentes, directores y rectores	Porcentaje obtenido de la opinión de los docentes, directores y rectores en la escala de satisfacción del usuario	Docentes, directores y rectores de las instituciones educativas	Investigación primaria: Encuesta/cuestionario

Fuente: Elaborado por la autora

2.5 Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información

Las técnicas de recolección de datos se utilizan para recopilar información que luego se analiza e interpreta. Pérez & Merino (2014) consideran que la recolección de datos es una actividad basada en la recopilación de información para procesar los datos analizados y convertirlos en conocimiento útil.

Como tal, la recopilación de datos es un paso muy importante en la realización de investigaciones y puede influir significativamente en los resultados. Una vez que se identifica la pregunta de investigación y las fuentes de datos, se determinan las técnicas apropiadas de recolección de datos.

En el caso analizado la recolección de la información sirve para que se lleve a cabo el objetivo general de la investigación: Proponer un modelo para fortalecer la gestión de la calidad del servicio a los docentes, directores y rectores de las instituciones educativas públicas facilitando la valoración de la eficiencia y eficacia de los procesos administrativos de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación a través del método Servperf.

Una de las técnicas utilizadas es la encuesta. García (1993) manifiesta que la encuesta es una técnica que se ejecuta a la muestra bajo estudio bajo la implementación de interrogantes estandarizadas para obtener información cuantitativa basada en atributos objetivos y subjetivos de la población. Su aplicación se desarrolla sobre 356 encuestados que pertenecen a la comunidad educativa (docentes, directores y rectores)

Con el propósito de profundizar el conocimiento de las variables de interés se emplea la técnica del análisis documental donde se obtiene información sobre los indicadores de gestión de las diferentes áreas administrativas.

2.5.1 Procedimiento

Para la interacción de las variables analizadas se utiliza dos técnicas de recolección de datos: encuesta y análisis documental.

Para la elaboración de la encuesta se aplica el Modelo Servperf basada en la percepción de la gestión de la calidad del servicio ofrecido por la entidad pública donde se incluyen 5 aspectos como Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía y Bienes tangibles. Dentro del mismo se incluirán preguntas de escala de Likert, donde el encuestado indicará su acuerdo o desacuerdo sobre el ítem analizado por medio de una escala ordenada y unidimensional (Bertram, 2008).

El modelo conceptual con las variables implicadas en el estudio es el siguiente:

$$y = b_0 + b_1FB + b_2CR + b_3SE + b_4EM + b_5BT + \mu$$

Asumiendo $\mu = 0$

Siendo:

FB= Fiabilidad

CR = Capacidad de Respuesta

SE= Seguridad

EM= Empatía

BT= Bienes tangibles

Para conocer el nivel de influencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario se realiza la siguiente hipótesis general:

H1: La gestión de la calidad del servicio que ofrece la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación tiene un impacto significativo en la satisfacción del usuario.

Para la verificación de la hipótesis general se considera un banco de preguntas dirigidas a los docentes, directores y rectores de las instituciones educativas que pertenecen a la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.

El análisis descriptivo de las encuestas se realiza a través del programa estadística SPSS. Una vez tabuladas las respuestas se efectúa el cálculo del coeficiente de Alpha de Cronbach considerado como una medida de consistencia interna o confiabilidad de un instrumento psicométrico. (Streiner , 2010). Además, se analiza el nivel de relación mediante el método de correlación estadística de Pearson, para conocer si entre las variables existe una correlación positiva o negativa, específicamente, entre la Gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

CAPITULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

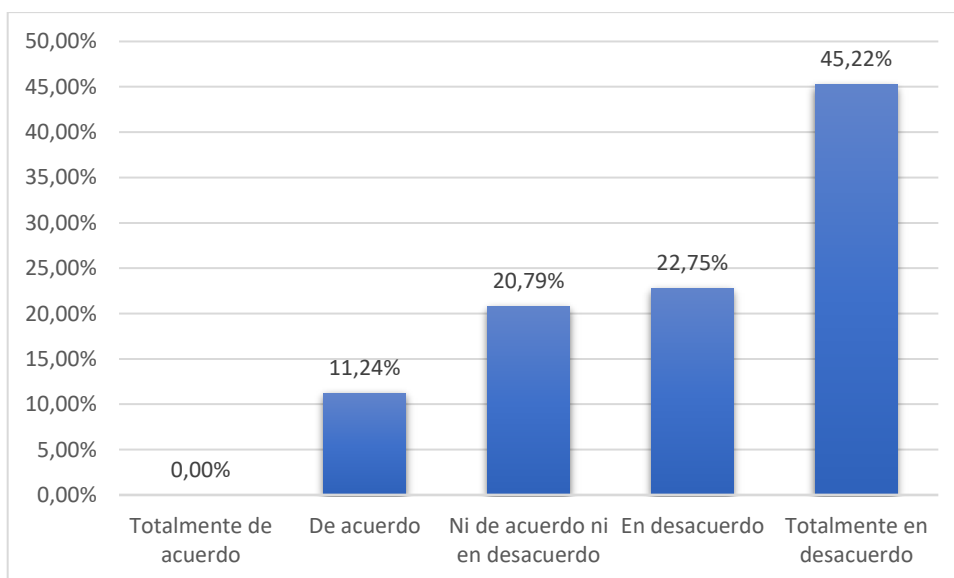
3.1 Análisis la situación actual de la gestión de la calidad del servicio mediante el modelo Servperf

En esta sección se presentan los resultados por cada ítem que conforma las dimensiones del Servperf para determinar la calidad en el cumplimiento del servicio, se mostrarán las gráficas porcentuales que darán una calificación del nivel de servicio percibido.

Dimensión de Fiabilidad

1) La entidad cumple con las promesas de servicios, es decir, cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.

Figura 5
Pregunta 1 de dimensión de fiabilidad

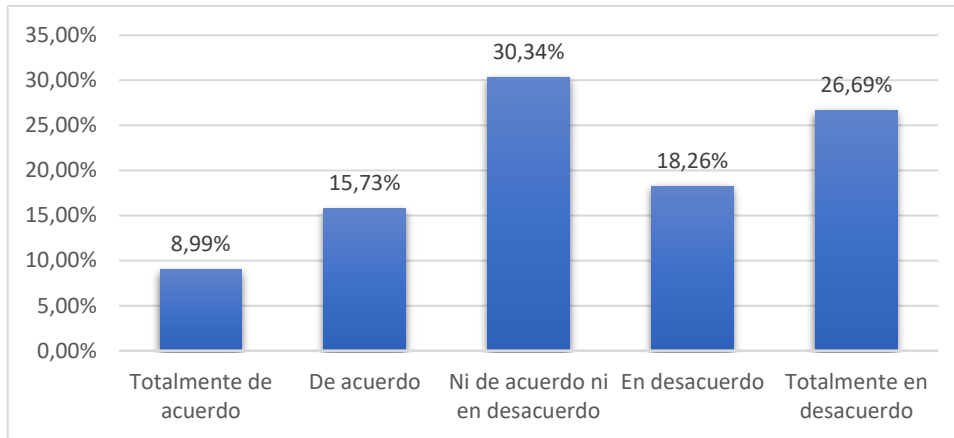


En la interrogante sobre el cumplimiento de lo que se promete en el servicio se observa (figura 5) que la calidad es mala, puesto que un 45,22% lo califica con 1, es decir, que está totalmente en desacuerdo con el cumplimiento de esta fase del servicio, solo un porcentaje promedio del 11,24% le brinda una ponderación entre 4, lo que sostiene que hay incongruencia entre lo que ofrece el distrito y el servicio que termina brindando a los usuarios.

2) Cuando un usuario presenta un problema, la entidad refleja un sincero interés en solucionarlo.

Figura 6

Pregunta 2 de dimensión de fiabilidad

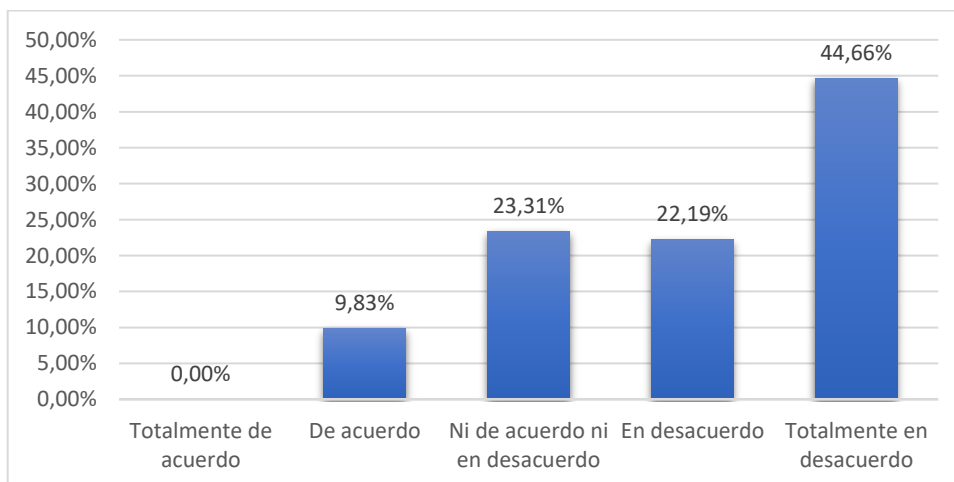


Los resultados (figura 6) demuestran que la entidad pública una baja ponderación en la perspectiva de tratar de solucionar el problema, es decir, que la entidad transmite al usuario una sensación de poco interés al momento de entender un 26,69% lo califica con 1 y un 30,34% con un promedio de 3, siendo un aspecto que puede generar desagrado e insatisfacción con el servicio en general.

3) La entidad brinda un grato nivel de experiencias a los usuarios que visitan o requieren por primera vez algún servicio.

Figura 7

Pregunta 3 de dimensión de fiabilidad

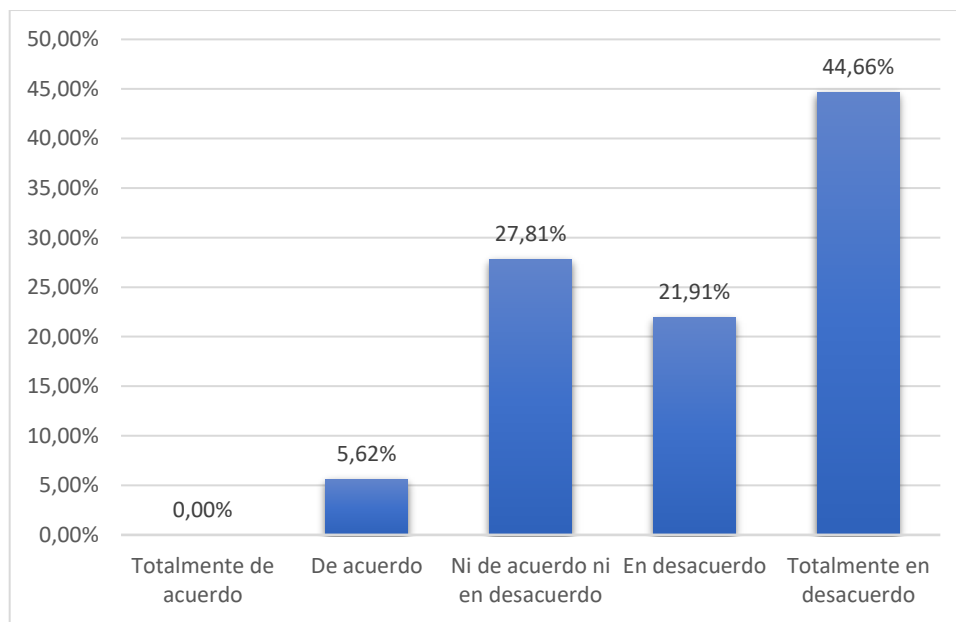


Uno de los cuestionamientos primordiales en el modelo Servperf es verificar que el servicio se brinde bien desde la primera vez, en este sentido, los encuestados mencionan en la figura 7 con un 44,66% que no han tenido esta experiencia, calificándolo con un valor de 1. Esto provoca que los nuevos usuarios del distrito tengan una mala imagen del servicio desde el primer instante.

4) La entidad procura atender a los usuarios en el menor tiempo posible.

Figura 8

Pregunta 4 de dimensión de fiabilidad

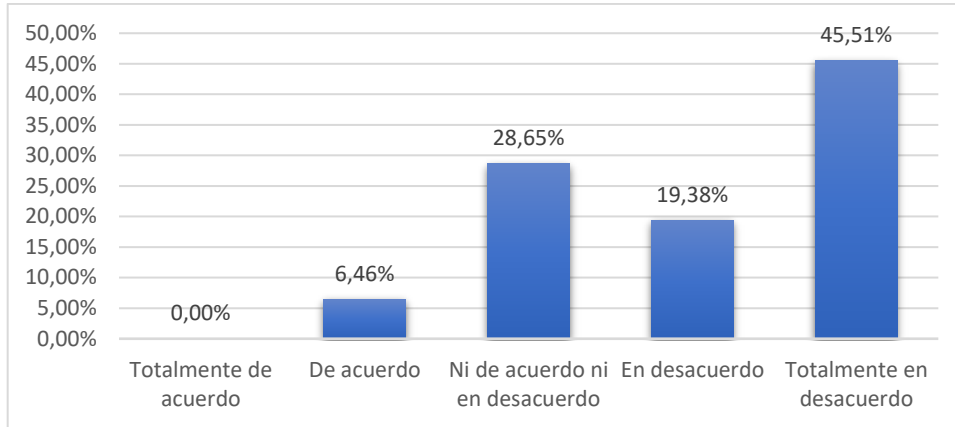


Tampoco hay fiabilidad en el tiempo de atención puesto que la mejor calificación en la figura 8 es de 3 con 27,81%, además, un 44,66% lo califica con 1 y un 21,91% con 2. Esto permite confirmar que la entidad no logra ejercer una atención en el tiempo esperado. Siendo otro eje que promueve una mala calidad en el servicio, donde los usuarios buscan obtener respuestas propicias sobre sus diligencias. La calidad bajo la premisa del tiempo demuestra ser una de las principales quejas en instituciones públicas, por lo que tratarlo debe ser una prioridad para las autoridades.

5) La entidad preserva documentación, registros e información, y un servicio fuera de error.

Figura 9

Pregunta 5 de dimensión de fiabilidad



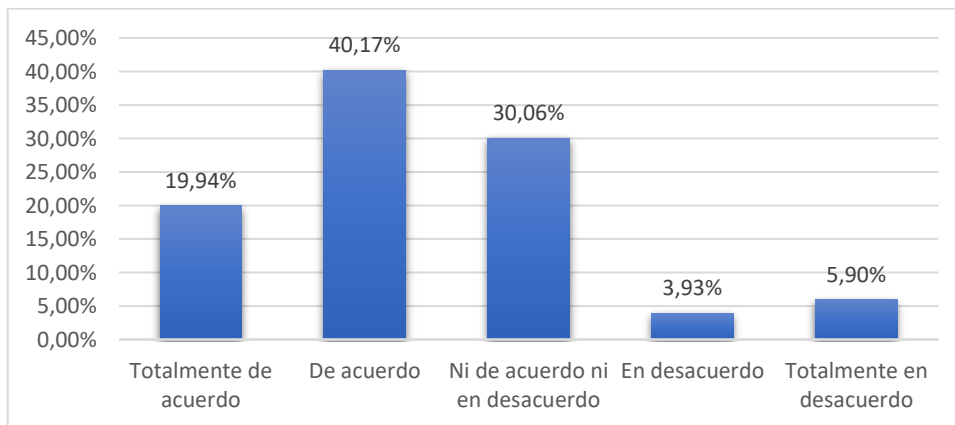
El servicio de cero errores no se lo comprueba como eficiente por parte de los rectores, docentes y directores, en la figura 9 un 28,65% lo califica con un puntaje de 3 y un 45,51% con un valor de 1. Esta perspectiva de gestión con cero errores debe ser promovida por el distrito, considerando el gran flujo de información que administrativo en el cantón.

Dimensión capacidad de respuesta

6) El personal dedicado a la atención del cliente comunica el tiempo y la finalización del servicio.

Figura 10

Pregunta 1 de dimensión de capacidad de respuesta



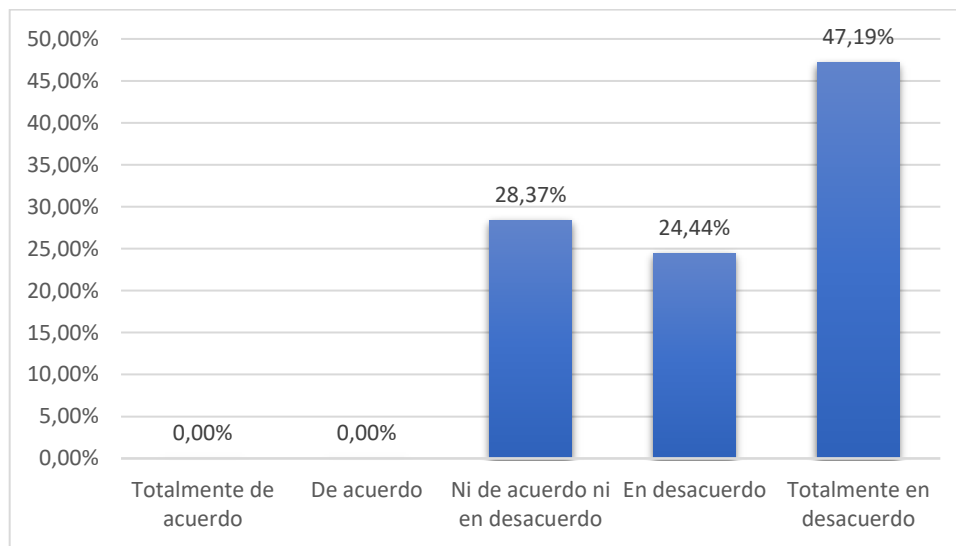
En la parte de comunicación (figura 10) se puede resaltar un punto ponderable en la administración, se observa una mejor administración en esta etapa, el 40,17% menciona que si se les informa de forma correcta sobre los tiempos de atención. Es decir que este factor no repercute en la organización.

La fase de comunicación permite medir la capacidad de respuesta para mantener informado a los usuarios, es por esto, que su importancia dentro de la evaluación de calidad es esencial porque cubre una función clave dentro de las gestiones de la entidad.

7) Se ofrece un servicio eficaz y eficiente a sus usuarios.

Figura 11

Pregunta 2 de dimensión de capacidad de respuesta



Sobre el ofrecer un servicio eficaz, se cataloga en la figura 11 que un 47,19% está totalmente en desacuerdo categorizándolo en un puntaje de 1, es decir que la calidad al momento de atender no cumple las expectativas, y que el cubrimiento comunicación no es un factor que termina satisfaciendo el resto de las falencias.

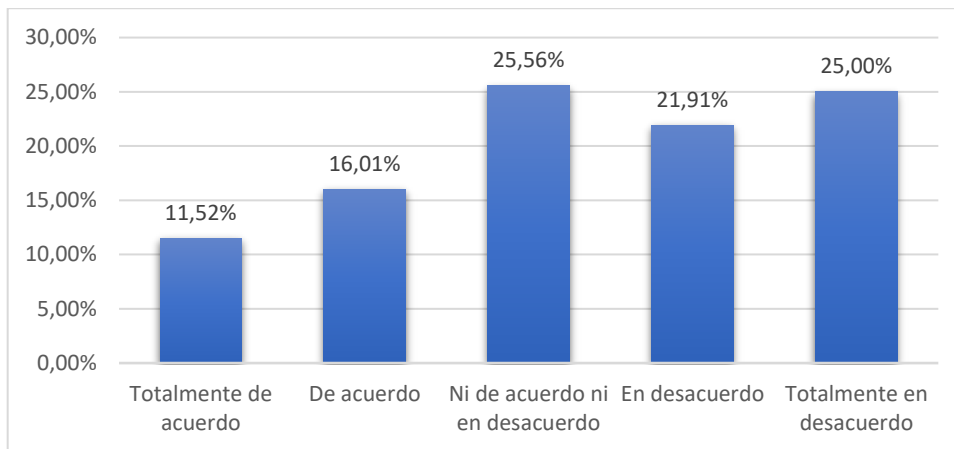
Este ítem permite reconocer a capacidad de respuesta general que tiene la institución, los usuarios reconocer que la eficacia para dar respuestas y soluciones

a sus trámites no llega a alcanzar los niveles usuarios que esperan sus clientes, por lo que es necesario fortalecer la administración.

8) El personal está predispuesto siempre a ayudar a los clientes.

Figura 12

Pregunta 3 de dimensión de capacidad de respuesta

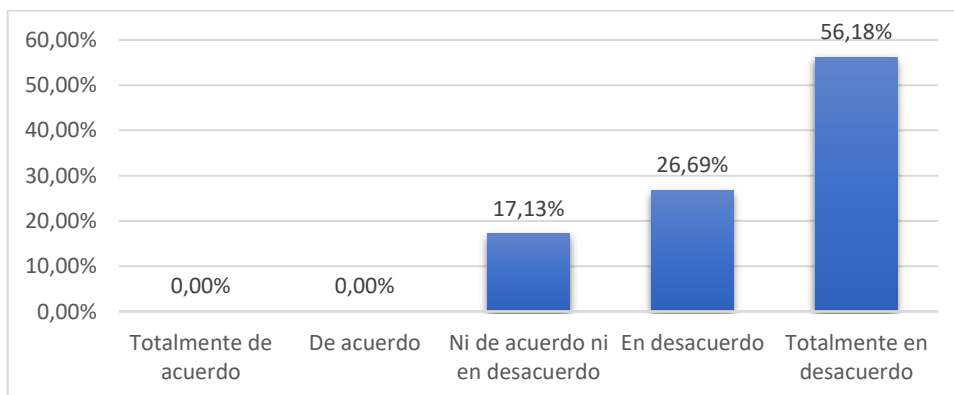


En la figura 12 un 25,56% califica de 3 a la predisposición del personal a asistir a los usuarios, es decir que no llega a ser totalmente mala ni buena por parte de la institución, no obstante, hay mayor inclinación a observar que estos colaboradores no demuestran total predisposición de ayuda.

9) La entidad no muestra un alto grado de ocupación que limita el responder las interrogantes de sus clientes.

Figura 13

Pregunta 4 de dimensión de capacidad de respuesta



Bajo la perspectiva de la figura 13 se muestra que el 56,18% nota que el personal siempre se encuentra ocupado para dar respuestas a sus inquietudes, esto puede acarrear a otros problemas como falta de personal suficiente para prestar la atención o sobrecarga de responsabilidad en pocas áreas.

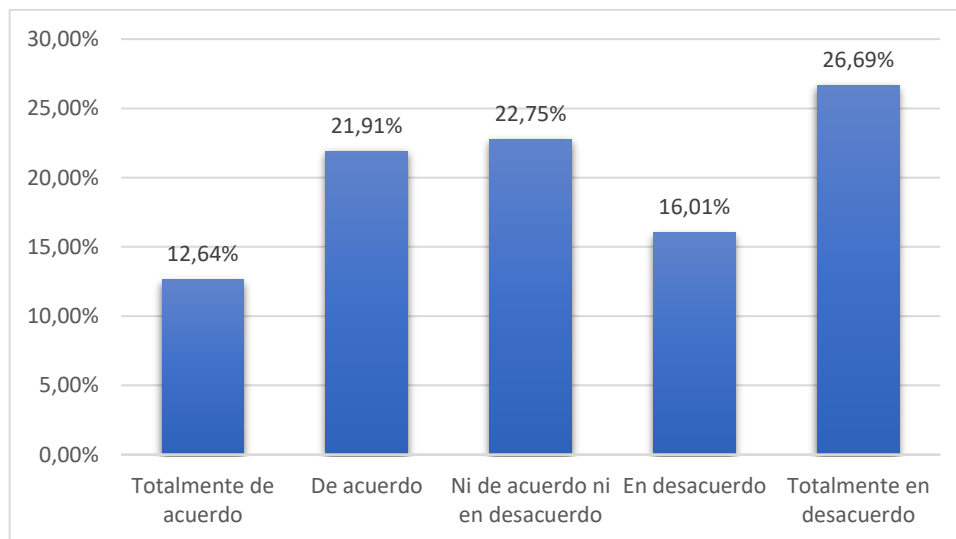
Este elemento es un factor que conlleva a varias interrogantes a comprender dentro de la gestión interna del distrito para reconocer porque el personal se encuentra ocupado y se atrasa en atender al resto de usuarios externos, puede ser un problema estructural u otros de los mencionados en el párrafo anterior.

DIMENSIÓN SEGURIDAD

10) El comportamiento del personal transmite confianza.

Figura 14

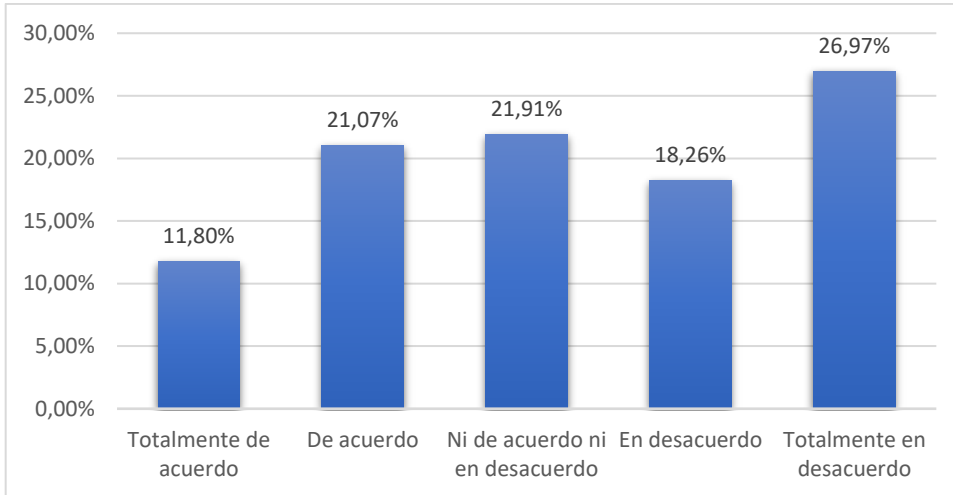
Pregunta 1 de dimensión de seguridad



El nivel de confianza del personal (figura 14) es un riesgo que denotan los usuarios, en este caso el 12,64% lo califica de 5 y el 21,91% de 4, siendo porcentajes elevados de representación, pero un 26,69% lo pondera con 1. Esto permite generar como conclusión que, no obstante, los errores o fallas provocan que no tengan confianza en el servicio. Este es un elemento que demuestra que hay debilidad en la gestión de atención.

11) Los clientes reflejan seguridad y confianza al momento de acudir a la entidad para solicitar ayuda.

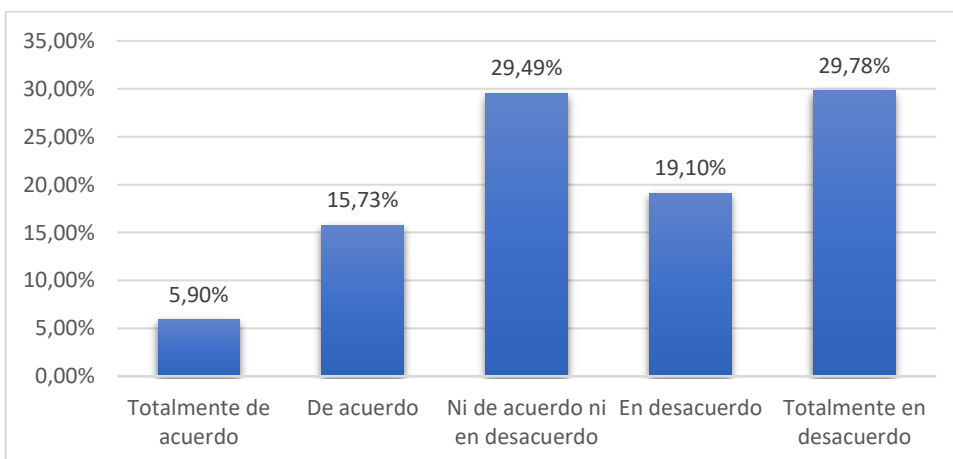
Figura 15
Pregunta 2 de dimensión de seguridad



De igual forma, se confirma mediante la interrogante 11 (figura 15) que los usuarios tienen problemas de seguridad, se indica que el 11,80% lo califica de 5 y el 21,07% de 4, sin embargo, la puntuación más alta es de 1 con un 26,97%. Por lo tanto, el problema de confianza del servicio que se brinda, puede vincularse a un servicio que no garantiza una respuesta óptima.

12) El personal de la entidad demuestra amabilidad al atender a los clientes.

Figura 16
Pregunta 3 de dimensión de seguridad

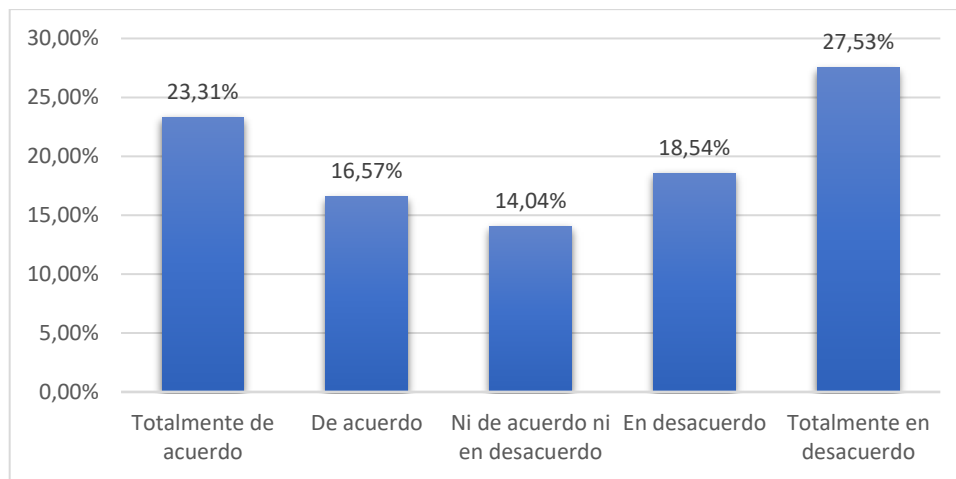


La amabilidad dentro del personal es algo cuestionado por los usuarios externos, en la figura 16 un 29,49% lo supone como un puntaje de 3, mientras que un 29,78% con un puntaje de 1. Esto se puede vincular con la capacidad de respuesta al momento de asistir que también fue negativo.

13)El personal de atención al cliente presenta suficientes conocimientos para responder a las preguntas surgidas al momento de solicitar algún servicio.

Figura 17

Pregunta 4 de dimensión de seguridad



Sobre el nivel de conocimiento (figura 17) un 23,31% indica que, si demuestra conocimientos suficientes, no obstante, un porcentaje superior indica que no con un 27,53%, es decir, que sus experiencias demostraron que en cierto grado la persona no ha sido capaz de dar respuestas idóneas a sus requerimientos.

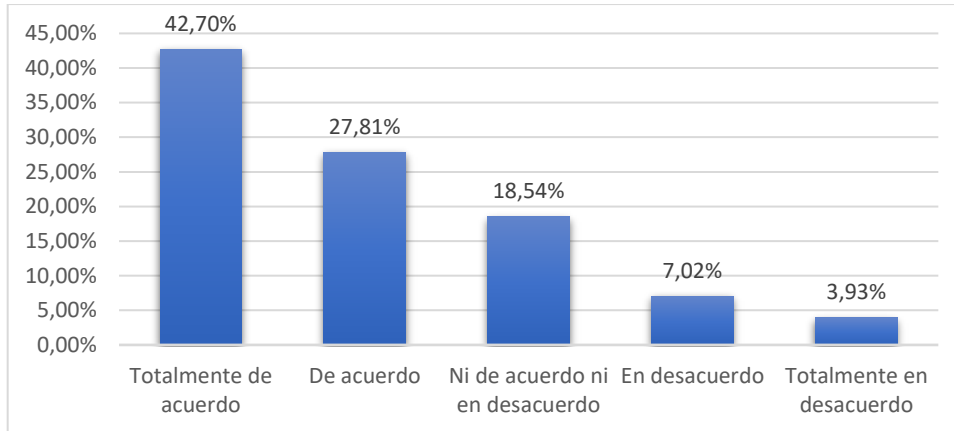
Este elemento de la dimensión de seguridad es esencial, el reconocer que hay falencias en el conocimiento del personal indica que no darán el servicio esperado, por lo que se debe reforzar las aptitudes de los colaboradores en busca de optimizar la atención. Se puede considerar que esta representa un promedio aceptable porque los resultados no son totalmente negativos en comparación a interrogantes anteriores.

DIMENSIÓN EMPATÍA

14)La entidad da a sus clientes una atención individualizada (es decir, atienden por separado a los usuarios y no de forma masiva).

Figura 18

Pregunta 1 de dimensión de empatía

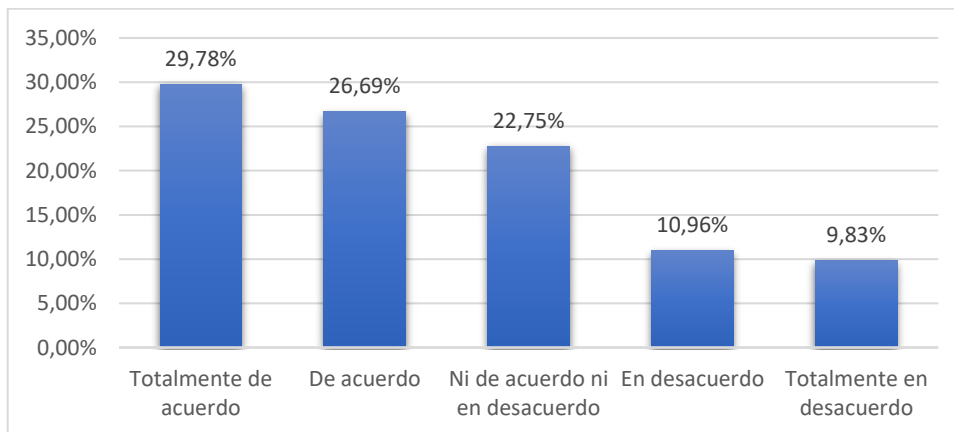


La atención individualizada (figura 18) sostiene que el servicio se hace unilateralmente a un cliente y no a varios en un mismo instante, bajo esta premisa se observa que la entidad demuestra con un 42,70% que, si ofrece esta clase de atención, siendo pertinente para evitar desorden al momento de recibir un requerimiento.

15)La entidad presenta horarios y demás canales de atención en horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.

Figura 19

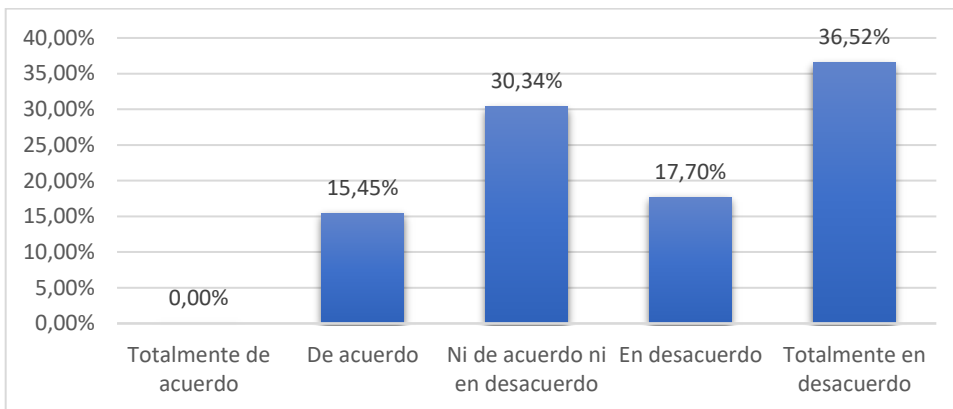
Pregunta 2 de dimensión de empatía



Los horarios de atención también se los considera como pertinentes dentro de la gestión de atención al usuario, en la figura 19 un 29,78% lo califica de 5 y un 26,69% de 4, es decir, que no existe una mala distribución de los periodos de atención que limiten a los usuarios solicitar requerimientos o ayuda.

16)La entidad se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.

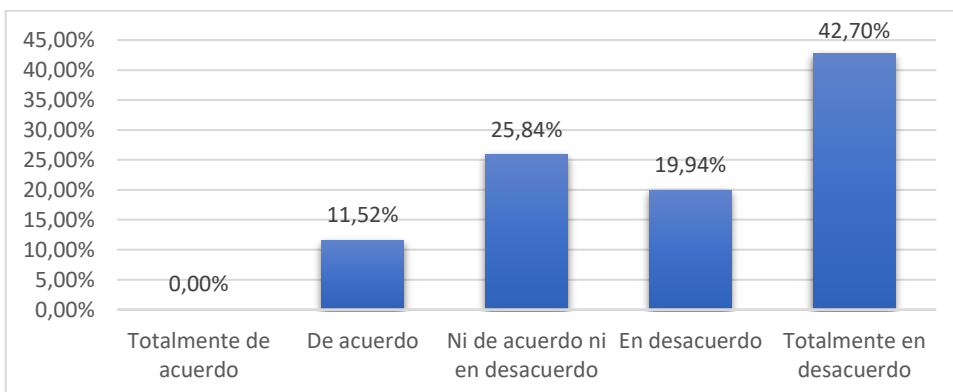
Figura 20
Pregunta 3 de dimensión de empatía



La preocupación por los mejores intereses de los clientes es cuestionada en la mente de los usuarios, puesto que, en la figura 20 un 30,34% da un puntaje de 3 y un 36,52% un puntaje de 1. Es decir que no notan esa empatía al momento de recibir el servicio y que se puede vincular a factores previos.

17)La entidad comprende las necesidades específicas de sus clientes.

Figura 21
Pregunta 4 de dimensión de empatía

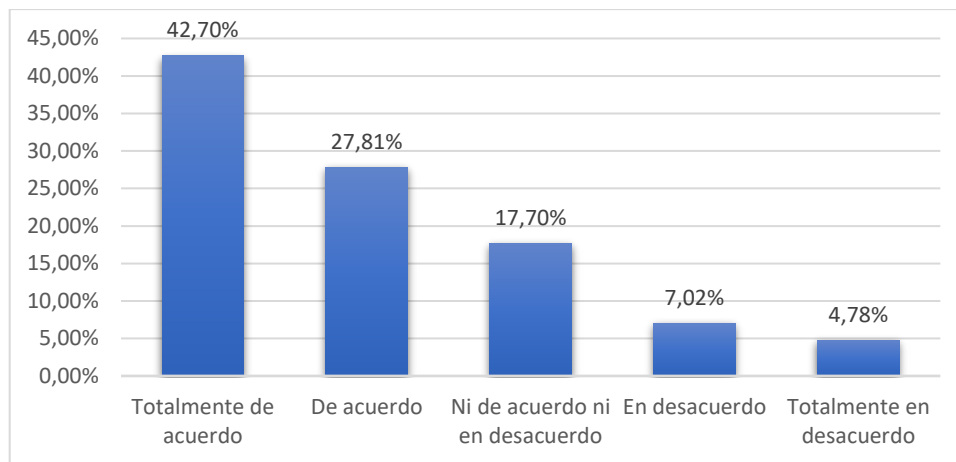


Se denota en la figura 21 que hay un problema de vínculo con los usuarios por parte del distrito, estos clientes califican con 1 (42,70% de los encuestados) el nivel de comprensión que demuestra la organización con respecto a sus necesidades, lo cual, es preocupante porque debería adaptarse conforme a estas características para tener una atención óptima.

18) Los empleados de la entidad brindan a sus clientes una atención personalizada (Segmenta el servicio conforme a su solicitud).

Figura 22

Pregunta 5 de dimensión de empatía



La atención personalizada e individualizada son dos elementos diferentes, la primera hace mención al segmento que se brinda a una clase de requerimiento para no depender de varios responsables a la vez, y la segunda menciona a la cantidad de clientes a atender en un mismo tiempo. Es necesario esta aclaración para no caer en discrepancias en su análisis.

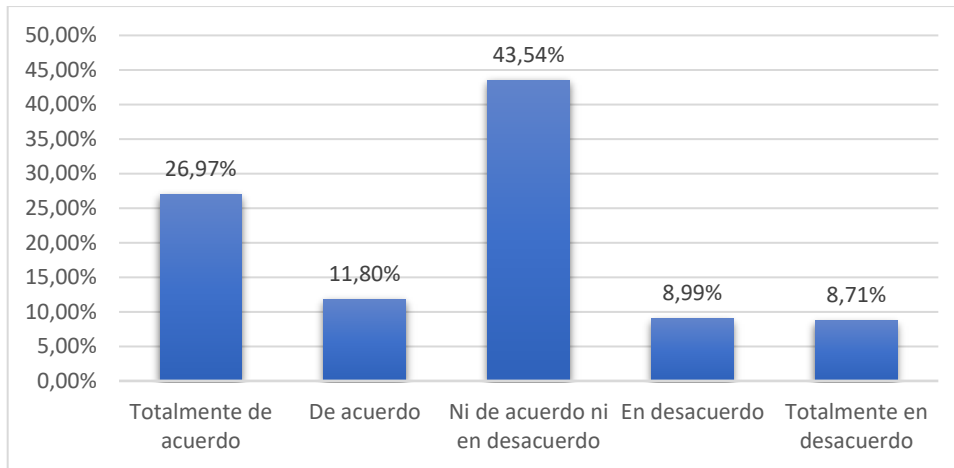
Se menciona en la figura 22 que la entidad sí cuenta con cubículos para atender necesidades específicas de los usuarios con un valor de 42,70% de los encuestados que brindan una ponderación de 5. Esto sitúa que la organización interna cumple con dos parámetros que es la trato individual y personalizado, características que se vulneran ante una falta de gestión en temas de tiempo.

DIMENSIÓN BIENES TANGIBLES

19) La entidad cuenta con equipos tecnológicos y herramientas innovadoras.

Figura 23

Pregunta 1 de dimensión de bienes tangibles

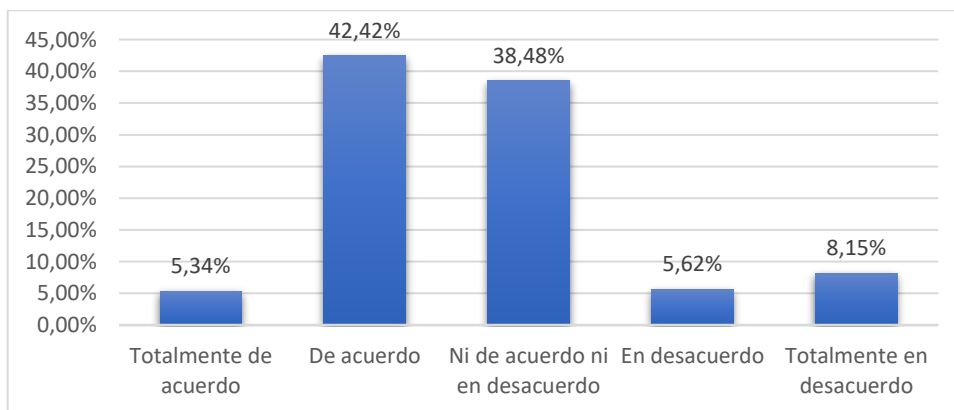


Los equipos con los que cuenta la entidad son modernos, en la figura 23 el 26,97% considera que sí y un 43,54% brinda una ponderación media de 3. Por lo que no es tan impactante esta variable dentro de la calidad del servicio, aunque puede mejorarse.

20) Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.

Figura 24

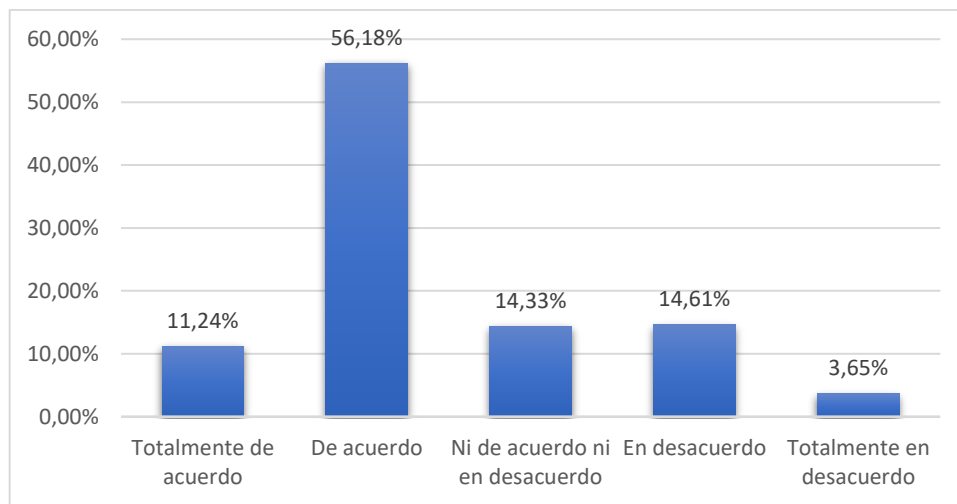
Pregunta 2 de dimensión de bienes tangibles



Las instalaciones provocan que el usuario se sienta cómodo con el entorno, por esto, es esencial dentro del establecimiento de evaluación de calidad del servicio, en este caso, en la figura 24 el 42,42% lo califica de 4 y el 38,48% lo califica de 3. Es decir que se mantienen de forma pertinente la infraestructura.

21) Los empleados de la entidad, en cuanto a la atención al cliente, presenta apariencia pulcra y confiable.

Figura 25
Pregunta 3 de dimensión de bienes tangibles



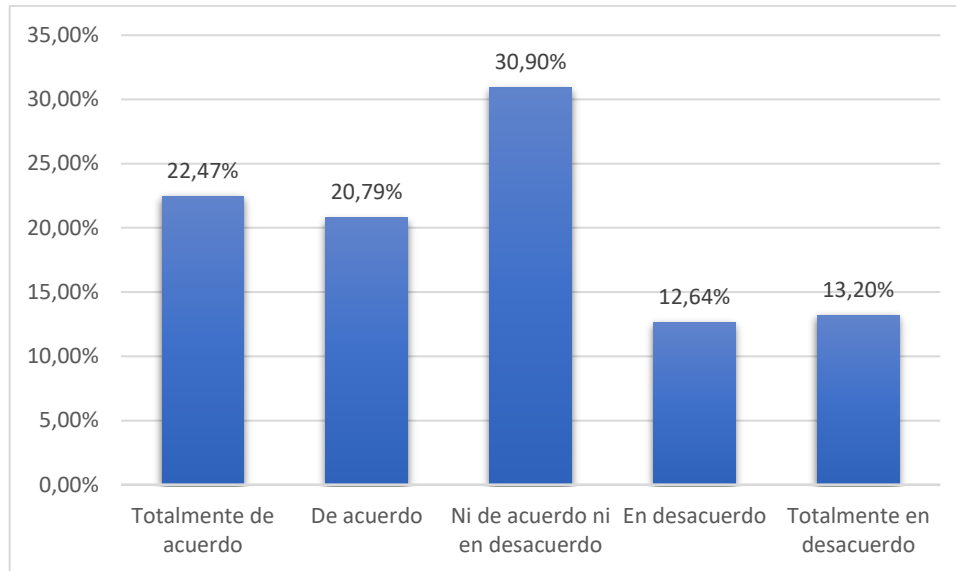
Otro eje dentro de la atención de los usuarios es que el personal muestre una imagen pulcra, en este sentido, los encuestados mencionan en la figura 25 con un 56,18% que se los califica con un valor de 4, un 14,33% con 3 y un 11,24% con 5. Es decir que los funcionarios que atienden cuidan su aspecto físico al momento de abordar y realizar sus labores.

El reconocimiento de buenas instalaciones y estado pulcro es esencial para hacer sentir bien a los clientes, por esto, se valora al cumplimiento de estos aspectos como una fortaleza dentro de la gestión de los empleados de la organización, denotando que esta variable se asume como otra fortaleza en la administración del distrito.

22) Los elementos materiales o recursos asociados al servicio como afiches, murales, entre otros, son visualmente atractivos.

Figura 26

Pregunta 4 de dimensión de bienes tangibles



Los elementos complementarios dentro del ambiente de gestión tienen una menor ponderación al calificarse de 30,90% con 5 y 22,47% con 5 como se refleja en la figura 26. Esto indica que no desarrolla fuertemente su imagen visual en temas de afiches o murales, pero que es aceptable el entorno que mantiene en la actualidad.

3.2 Análisis de procesos relacionados con la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción al usuario

Para esta sección se presenta una revisión documental sobre la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, la finalidad es poder identificar aspectos concernientes a procesos que se ejecutan por la organización para fomentar una gestión de la calidad, estos elementos se harán referenciando un informe presentado por esta institución y que se resumen dentro de la tabla 6:

Tabla 6*Información sobre la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación*

Ítems	Descripción
Unidad Distrital de Atención Ciudadana	Segmenta la atención de docentes y directivos en un solo departamento, es decir, cuenta con un área especializada para estos trámites.
Funciones delimitadas para la Unidad de Atención Ciudadana	Además de ejecutar los trámites, brinda a los docentes y directivos una orientación sobre los diferentes temas que se relacionan al sistema educativo, de igual forma, mantienen informados a todos los actores sobre los diferentes aspectos relacionadas a sus funciones o cambios en el sistema educativo.
Actividades ejecutadas por Unidad Distrital de Atención Ciudadana 09D17-Educación	<p>En el año 2022 ejecutaron:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Determinación y ejecución de políticas y estrategias de gestión documental, archivo y atención. ❖ Análisis y resolución de conflictos, inquietudes, quejas y reclamos. ❖ Reportes solicitados por usuarios internos para tener una fiabilidad en la calidad. ❖ Matriz de trámites pendientes y con documentación incompleta. ❖ Actualización de reportes mensuales en el módulo de gestión. ❖ Ejecución de llamados de atención a responsables de tramites vencidos para proceder con su resolución y conseguir que no baje la eficacia. ❖ Asistencia en la utilización de formularios. ❖ Capacitaciones virtuales en diferentes trámites. ❖ 1.000 de un total de 1.155 trámites fueron resueltos a tiempo.
Seguimiento de trámites Quipux	El departamento de TIC del Distrito de Milagro se encarga de dar vigilancia al normal funcionamiento del sistema Quipux para garantizar que los funcionarios puedan realizar

	de forma correcta e ininterrumpida su gestión de documentos.
Monitoreo de servicios MINEDUC en todas las plataformas	Para garantizar una buena gestión de la calidad de los servicios, también se le asigna al área TIC la supervisión de las plataformas que contienen los diferentes servicios del MINEDUC, lo que permite una buena conexión y retroalimentación para la ejecución de los diferentes trámites que tengan que hacer los diferentes actores del ambiente educativo nacional, garantizando la Coordinación Zonal y relación con el MINEDUC.
Revisiones de planificaciones	Lo que permite controlar el contenido y material educativo que asignan los docentes, rectores y directores en este sector. Esto también les permite a los docentes y demás participantes contar con un monitoreo de sus planes encaminados a estudiantes con cualidades especiales.
Ejecución presupuestaria	Invierte en calidad educativa más de \$339 dólares y más de \$3 millones en la administración central.

Fuente: Adaptado de (Dirección Distrital 09D17 Milagro - Educación, 2022)

Uno de los puntos fuertes para conseguir una óptima gestión de la calidad en los procesos es contar con una planificación presupuestaria, donde se observa la organización cuenta con fondos que le permite segmentar acciones en el ámbito administrativo como relacionados a la calidad educativa, siendo un punto fuerte. Otro punto a referenciar es la utilización y mantenimiento de los recursos digitales, contando con un área específica que le permite asegurar que estos sistemas tanto internos como externos sigan su normal funcionamiento.

Por su parte, la Unidad Distrital de Atención Ciudadana se visualiza como un punto fuerte dentro de su gestión de calidad porque profesionaliza la atención, sin embargo, no existe una segmentación o individualización porque estos trámites se hacen de forma conjunta con los ciudadanos (padres de familias de estudiantes),

esto puede provocar que se sobrecargue de trámites a la unidad y que la segmentación y tiempo de respuesta no sea el adecuado, siendo uno de los puntos débiles.

Se destaca que hubo una gran cantidad de trámites que no fueron resueltos a tiempo, lo que permite comprender porque los resultados de la capacidad de respuesta de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación fue bajo y se convierte en una de las principales debilidades a resolver. Entre las acciones ejecutadas dentro del 2022 se pueden resaltar varios aspectos relacionados a la calidad la estipulación y cumplimiento de políticas internas y estrategias vinculadas a la gestión de documentos.

Lo anterior demuestra una perspectiva de normas encaminadas a una correcta gestión, a esto se le añaden tareas para la resolución de conflictos y quejas que permiten generar una visión de seguimiento que verifiquen que aquellos fallos reportados sean respondidos a tiempo. Entre los elementos más resaltables esta la Matriz de trámites pendientes y con documentación incompleta, que garantiza una gestión de control para mejorar la calidad en las respuestas generadas.

3.3 Análisis de la relación entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Dirección Distrital

En esta sección se presentará una ponderación del puntaje obtenido por el método Servperf que permitirá determinar la calidad del servicio, además, de la ponderación relacionada a la satisfacción del usuario. Esta se exhibiera por ítem y por dimensión.

a) Calidad del servicio

La calidad se mide con un puntaje del 1 al 5, siendo 3 el puntaje medio y cuyo resultado por debajo del mismo es malo y por encima bueno. El modelo Servperf permitió estimar la calidad del servicio del distrito, donde se obtuvo las siguientes ponderaciones, tabla 7:

Tabla 7*Puntaje de la calidad del servicio por timen (Dimensión de Fiabilidad)*

Dimensión de Fiabilidad	
Ítems	Ponderación por enunciado
La entidad cumple con las promesas de servicios, es decir, cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	1,980337079
Cuando un usuario presenta un problema, la entidad refleja un sincero interés en solucionarlo	2,620786517
La entidad brinda un grato nivel de experiencias a los usuarios que visitan o requieren por primera vez algún servicio	1,983146067
La entidad procura atender a los usuarios en el menor tiempo posible.	1,943820225
La entidad preserva documentación, registros e información, y un servicio fuera de errores.	1,960674157

Los resultados permiten observar que los cinco ítems de la dimensión de fiabilidad están por debajo de la media, lo que demuestra una baja calidad con respecto al cumplimiento del servicio que ofrecen, la ponderación es de 1,98. Los principales resultados corresponden al tiempo de atención porque este se pondera en 1,94. Estos datos perspectivas comprueban que la gestión no se realiza en periodos de tiempos prudentes.

Adicional se menciona que la calidad es mala desde la primera vez que han solicitado algún trámite dentro del distrito, por lo que los usuarios conciben una mala experiencia desde un principio, también se menciona que la gestión comete errores, por lo que la gestión debe seguirse mejorando en el control interno para evitar que la documentación u otro requerimiento solicitado deje de presentar fallas. En la tabla 8 se exponen los puntajes de la capacidad de respuesta:

Tabla 8*Puntaje de la calidad del servicio por ítem (Dimensión de capacidad de respuesta)*

Dimensión de sensibilidad (Capacidad de Respuesta)	
Ítems	Ponderación por enunciado
El personal dedicado a la atención del cliente comunica el tiempo y la finalización del servicio.	3,643258427
Se ofrece un servicio eficaz y eficiente a sus usuarios	1,811797753
El personal está predispuesto siempre a ayudar a los clientes	2,671348315
La entidad no muestra un alto grado de ocupación limitando a responder las interrogantes de sus clientes	1,609550562

Dentro de la capacidad de respuesta que solo hay un porcentaje por encima del promedio y que se reacciona a informar sobre los tiempos de atención y la finalización del mismo, obteniéndose un puntaje de 3,64. Esta etapa es necesaria para que los usuarios tengan conocimiento del periodo que deben esperar en su diligencia y puedan estimar sus itinerarios.

Entre los aspectos negativos, los siguientes tres ítems están por debajo de 3, los usuarios han percibido que no existe total predisponían del personal para darles asistencia calificándolos con un 2,67. Por lo que se debe cambiar la cultura interna de la organización para ofrecer un mejor trato a los usuarios (rectores, directores, docentes) que acuden al distrito.

La peor puntuación desde la perspectiva de los usuarios es su grado de ocupación, es decir, que los colaboradores siempre muestran estar ocupados al momento de atenderlos, por esto, lo califican con 1,60. Lo que puede ser una causa de la demora en el tiempo de atención. Con 1,81 se califica a la eficiencia de la capacidad de respuesta que brindan. En la tabla 9 se presenta el puntaje de la Dimensión de Seguridad:

Tabla 9*Puntaje de la calidad del servicio por timen (Dimensión de seguridad)*

Dimensión de Seguridad (Garantía)	
Ítems	Ponderación por enunciado
El comportamiento del personal transmite confianza	2,778089888
Los clientes reflejan seguridad y confianza al momento de acudir a la entidad para solicitar ayuda.	2,724719101
El personal de la entidad demuestra amabilidad al atender a los clientes	2,488764045
El personal de atención al cliente presenta suficientes conocimientos para responder a las preguntas surgidas al momento de solicitar algún servicio.	2,896067416

En la dimensión de seguridad se observa una ponderación de mantiene por debajo de 3 al igual que las anteriores, se observa que los usuarios no tienen mucha confianza con el servicio que le ofrecen por esto califican con 2,77 el comportamiento del personal y de 2,72 la seguridad que sientes al asistir al distrito a realizar sus trámites, esto se puede vincular a su queja por errores al momento de solicitar sus asistencias.

La primordial deficiencia es la amabilidad que observan al momento de ser tratado por parte de los empleados del distrito, este tiene una calificación de 2,48, y puede ser un eje que genera desconfianza al momento de ejecutar los tramites. El nivel de conocimiento que muestran estas funciones lo califican de 2,89, es decir, que no logran resolver a cabalidad las inquietudes que tienen los usuarios que asisten a la organización. La seguridad trasmitida al cliente es esencial para mantenerlo satisfecho, si no tienen confianza en cómo se les brinda el servicio se seguirán presentando quejas. Para la Dimensión de Empatía lo puntajes fueron los siguientes, tabla 10:

Tabla 10*Puntaje de la calidad del servicio por ítem (Dimensión de Empatía)*

Dimensión de Empatía	
Ítems	Ponderación por enunciado
La entidad da a sus clientes una atención individualizada (es decir, atienden por separado a los usuarios y no de forma masiva)	3,983146067
La entidad presenta horarios y demás canales de atención en horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes	3,556179775
La entidad se preocupa por los mejores intereses de sus clientes	2,247191011
La entidad comprende las necesidades específicas de sus clientes.	2,061797753
La empleados de la entidad brindan a sus clientes una atención personalizada (Segmenta el servicios conforme a su solicitud)	3,966292135

Ser empático con el cliente es esencial para dar mejores servicios, bajo esta perspectiva hay aspectos cualitativos del servicio que debe reconocer toda entidad como un servicio individual, el cual, tiene un puntaje de 3,98, lo que hace entender que el modelo de gestión no produce una aglomeración al momento de brindar el servicio.

Igual perspectiva muestra el ítem de personalización, es decir, que hay segmentos específico de secciones para dar trámite a cada uno de los requerimientos de los rectores, directores y docentes. El problema que tiene la organización es el trato, que no aprecia demuestra el interés pertinente del empleado hacia su cliente, de igual forma, no observar que hay una comprensión de sus necesidades, por esto obtienen calificaciones de 2,24 y 2,06 respectivamente. En la tabla 11 se reflejan los valores de la Dimensión de Tangibilidad:

Tabla 11*Puntaje de la calidad del servicio por ítem (Dimensión de Tangibilidad)*

Dimensión de tangibilidad	
Ítems	Ponderación por enunciado
La entidad cuenta con equipos tecnológicos y herramientas innovadoras	3,393258427
Las instalaciones físicas son visualmente atractivas	3,311797753
Los empleados de la entidad, en cuanto a la atención al cliente, presenta apariencia pulcra y confiable	3,56741573
Los elementos materiales o recursos asociados al servicio como afiches, murales, entre otros, son visualmente atractivos	3,266853933

Las ponderaciones de tangibilidad hacen referencia a los aspectos físicos donde se brinda el servicio, el cual, es un aspecto clave para poder mantener satisfechos a los clientes, porque en ambientes rústicos, insalubres o pocos atractivos no se sentirán bien. En este sentido, se observa que la organización tiene ponderaciones por encima del promedio.

La infraestructura tiene una ponderación de 3,31 que es aceptable y medita que se han conservado de forma correcta, de igual forma, el personal que atiende al ser funcionarios ha demostrado estar pulcros con un promedio de 3,56. Es decir que tanto las instalaciones como sus empleados demuestran estar acordes para atender a los usuarios.

Equipos utilizados dentro de las instalaciones también tienen una ponderación aceptable de 3,39. De firma general, esta dimensión permite observar que hay recursos físicos pertinentes para el servicio, pero debe mejorarse en otros

aspectos que no han permitido brindar una correcta calidad. El puntaje de la calidad del servicio puede apreciarse en la tabla 12:

Tabla 12

Ponderación por dimensión y calidad del servicio en general

Nivel de calidad	
DIMENSIONES	PONDERACIÓN DE LA DIMENSIÓN
Dimensión de tangibilidad	3,384831461
Dimensión de Fiabilidad	2,097752809
Dimensión de sensibilidad (Capacidad de Respuesta)	2,433988764
Dimensión de Seguridad (Garantía)	2,721910112
Dimensión de Empatía	3,162921348
PONDERACIÓN PROMEDIO DE LA CALIDAD	2,760280899

La calidad del servicio muestra falencia en tres de las cinco dimensiones del Servperf, siendo la fiabilidad, capacidad de respuesta y empatías las tiene un puntaje promedio por debajo de los 3 puntos, esto quiere indicar que la empresa debe trabajar en estos tres elementos para conseguir una mejor percepción por parte de los usuarios.

b) Satisfacción del cliente

Para determinar la satisfacción del usuario con respecto a la calidad del servicio obtenido en el modelo Servperf se debe estimar el porcentaje al que equivale su nivel de puntuación obtenido en cada dimensión, para esto, se toma como referencia la premisa de la tabla 13:

Tabla 13*Porcentaje de satisfacción según escala de likert*

Nivel y Punto Likert	Significado	Rango de porcentaje de satisfacción del cliente
1	Totalmente en desacuerdo	0-20
2	En desacuerdo	20-40
3	Ni en acuerdo ni desacuerdo	40-60
4	De acuerdo	60-80
5	Totalmente de acuerdo	80-100

Fuente: Tomado de (Ibarra & Casas, 2015)

Con base a esto, se puede calificar el nivel de satisfacción como se expresa en la tabla 14:

Tabla 14*Satisfacción de los usuarios*

Satisfacción de los usuarios	
DIMENSIONES	Nivel de satisfacción
Dimensión de tangibilidad	67,6%
Dimensión de Fiabilidad	42%
Dimensión de sensibilidad (Capacidad de Respuesta)	48,6%
Dimensión de Seguridad (Garantía)	54%
Dimensión de Empatía	63%
PONDERACIÓN PROMEDIO DE LA SATISFACCIÓN	55%

El modelo Servperf se centra directamente en la medición de la satisfacción a través de la percepción del cliente/usuario con respecto a las dimensiones mencionadas a lo largo de este análisis, este resultado se utiliza para medir tanto satisfacción como la calidad del servicio, por ello, para determinar la satisfacción porcentual conseguida en cada dimensión se utiliza una tabla de ponderaciones,

siendo el valor mínimo aceptable el equivalente a 4, que para este estudio tiene una ponderación mínima del 60%.

Los resultados obtenidos permiten visualizar que la satisfacción con el servicio es aceptable solo en dos dimensiones, en este caso, la tangibilidad y empatía, en el resto de los elementos se observa un nivel medio de satisfacción, por ende, son puntos que se deben fortalecer para una mejor gestión de la calidad interna de la Dirección Distrital de Milagro.

Además, para complementar la visión con respecto a la satisfacción dentro del presente estudio se diseñaron preguntas adicionales en el cuestionario aplicado y que están centradas a este elemento, obteniéndose como resultado lo siguiente, tabla 15:

Tabla 15
Preguntas adicionales: Ponderaciones de satisfacción

Ponderación	
Interrogantes	Puntaje
¿Cuál es su satisfacción con el tiempo de respuesta?	2,606741573
¿Cuál es su satisfacción con respecto al trato que recibe en el distrito al ser atendido?	3,41011236
¿Cuál es su satisfacción con las instalaciones y recursos que utiliza la entidad para brindar la atención?	3,556179775
¿Qué satisfacción tiene con respecto a la fiabilidad y seguridad que genera la entidad al momento de solicitar algún requerimiento?	2,716292135
¿Cuál es su satisfacción general con el servicio?	2,716292135
Promedio de satisfacción:	2,942883895

Se formularon preguntas que primero se centran en valorar la satisfacción con respecto al tiempo de respuesta, donde se denota que este equivale a 2,606,

es decir, que la calificación es por debajo de la media, al estar por debajo de los 3 puntos en una escala de 5, por ende, son trámites que tienen una tardía resolución en su gestión.

En un segundo elemento se cuestiona sobre la satisfacción con relación a la forma del trato que han recibido, en esta sección tienen mejor calificación con un valor de 3,41, por ende, al momento de ser atendidos el personal de la Dirección Distrital no muestra un trato atípico o brusco que vulnere la integridad de los docentes, rectores o directores.

Como tercer punto se consultó la satisfacción con respecto a los aspectos tangibles como las instalaciones y recursos con los que la Dirección Distrital de Milagro procede a brindar la atención, en este sentido, se aprecia que el resultado equivale a 3,556, por lo tanto, tiene una calificación cercana a la visualizada en la dimensión de tangibilidad que fue de 3,3848.

En una cuarta y quinta interrogante se cuestionó la satisfacción con la forma de fiabilidad y seguridad que perciben por la atención que les brindan, donde los usuarios mencionaron una tendencia similar que arrojó una calificación de 2,716 en ambas preguntas, que hace visualizar que es uno de los puntos a poner mayor esfuerzo por la Dirección Distrital, considerando que es una de las calificaciones más bajas en temas de satisfacción.

Como consulta final se pidió a los participantes calificar la satisfacción general con respecto a la atención de la Dirección Distrital de Milagro, obteniéndose un valor de 2,65, es decir, que se mantiene una premisa por debajo de los 4 puntos, por ende, está por encima de la media, sin embargo, de forma general se reconoce que para ser aceptable debe equivaler a 4.

Los resultados obtenidos de estas seis interrogantes se promediaron para sacar una satisfacción general por los usuarios, en este sentido, el promedio

obtenido fue de 2,94 cercano al 2,76 que es la puntuación de la calidad del servicio, por ende, la calidad del servicio no logra satisfacer los requerimientos de los usuarios.

c) Relación entre la calidad y nivel de satisfacción

Para poder comparar y relacionar los resultados obtenidos se muestra la tabla 16:

Tabla 16

Relación entre la Calidad y nivel de satisfacción de los usuarios

DIMENSIONES	PONDERACIÓN DE LA CALIDAD POR DIMENSIÓN	NIVEL DE SATISFACCIÓN
Dimensión de tangibilidad	3,384831461	67,60%
Dimensión de Fiabilidad	2,097752809	42,00%
Dimensión de sensibilidad (Capacidad de Respuesta)	2,433988764	48,60%
Dimensión de Seguridad (Garantía)	2,721910112	54,40%
Dimensión de Empatía	3,162921348	63,20%
PONDERACIÓN PROMEDIO DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN	2,760280899	55,20%

Como se puede observar a menor calidad del servicio se obtiene un rendimiento de satisfacción poco influyente dentro de la organización, de forma general, la calidad del servicio y la satisfacción se mantienen en un rango medio que hace meditar que la institución debe tomar correctivos de forma inmediata para evitar decaer aún más en sus resultados de atención a los usuarios. En la tabla 17 se brinda una comparación de la calidad y satisfacción en puntaje:

Tabla 17*Comparación de la calidad y puntaje de satisfacción (Preguntas adicionales)*

Ítems	Promedio de calidad obtenido del Servperf	Promedio preguntas adicionales sobre satisfacción
Puntuación	2,760280899	2,988
Ponderación	55,20%	58,86%

Los resultados permiten comprobar resultados similares dentro de la comparación de la puntuación obtenida del Método Servperf y las preguntas adicionales de satisfacción, teniendo ponderaciones cercanas que al estar por debajo del 60% sostiene que la Dirección Distrital debe mejorar sus procesos, además, se comprueba que ante un nivel determinado de calidad, se obtiene percepción de satisfacción igual por parte de los usuarios que receptan esos servicios.

3.3.1.1 Análisis de correlación

En este apartado se procede a identificar el nivel de incidencia que posee la calidad del servicio sobre el nivel de satisfacción de los usuarios, permitiendo a su vez, la identificación del nivel de correlación y significancia. Previamente, se identifica el nivel de confiabilidad de los instrumentos utilizados en la investigación. Es así que según tabla 18 se visualiza un 0,974 como alfa de Cronbach lo que demuestra un alto nivel de consistencia sobre los enunciados del instrumento de Calidad del Servicio generando un mayor nivel de fiabilidad sobre los resultados obtenidos.

Tabla 18*Fiabilidad del instrumento de Calidad del Servicio*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,974	22

Conforme al instrumento y enunciados de satisfacción al usuario se observa que el alfa de Cronbach se encuentra cercano al uno, sustentado con un valor de 0,882, lo cual demuestra un alto nivel de confiabilidad del instrumento e información obtenida del mismo. Esto se aprecia en la tabla 19:

Tabla 19
Fiabilidad del instrumento de Satisfacción del usuario

Alfa de Cronbach	N de elementos
,882	6

En cuanto al análisis de correlación, se procede examinar la relación existente entre cada dimensión de calidad de servicio y satisfacción del usuario, evidenciándose, una correlación positiva fuerte con un alto nivel de significancia menor a 0,01 entre la dimensión tangibilidad y satisfacción del usuario, es decir que la apariencia, presencia y funcionalidad de instalaciones o equipos son relevantes para un constante incremento y preservación del nivel de satisfacción de los usuarios.

Entre la dimensión de fiabilidad y la variable satisfacción del usuario se observa una correlación positiva débil, lo cual no significa que deje existir una relación o incidencia entre ambas ya que guardan un alto nivel de significancia menor a 0,01. Por ende, se refiere que es vital brindar un buen servicio basado en compromiso, formalidad y precisión para garantizar un mayor nivel de satisfacción en el usuario, asegurándose, del profesionalismo y capacidades de los colaboradores que lo atienden.

La dimensión orientada a la capacidad de respuesta también conocida como sensibilidad, se observa una correlación moderada positiva, es decir que guarda una relación directa con la satisfacción del cliente, mientras ésta aumente o sea gestionada adecuadamente también el nivel de satisfacción aumentará. Por ende, trasciende importante que la atención al cliente sea la correcta permitiendo aclarar

sus dudas o problemas, pero sobre todo demostrar predisposición de ayuda a los usuarios.

Se observa una correlación positiva moderada entre la seguridad y satisfacción del cliente con un gran nivel de significancia menor a 0,01. Esto implica que el cliente busca honestidad, confianza, integridad y credibilidad en los servicios, soluciones y acciones que provee la entidad, en sí que el involucramiento de la entidad sea evidente para que la satisfacción de usuarios sea alta.

Mientras que la dimensión empatía mantiene una correlación positiva moderada con la variable satisfacción del usuario, percibiéndose un nivel altamente significativo menor a 0,01. En sí, está dimensión se refiere a una atención personalizada y atenta a los usuarios. Bajo lo descrito, se concibe que la dimensión de tangibilidad tiene una mayor incidencia en el nivel de satisfacción del usuario. La tabla 20 contiene la correlación de la calidad del servicio con respecto a las dimensiones:

Tabla 20

Correlación entre las dimensiones de Calidad de Servicio vs. Satisfacción del usuario

		Tangibilidad	Fiabilidad	Sensibilidad	Seguridad	Empatía
Satisfacción	Correlación de Pearson	,680**	,306**	,539**	,530**	,584**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	356	356	356	356	356

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Finalmente, entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario se identifica una estrecha correlación positiva moderada con un alto nivel de significancia menor a 0,01, manifestándose así, que si se brinda una buena calidad del servicio se validará una buena y alta satisfacción del usuario. Esto se puede apreciar en la tabla 21:

Tabla 21*Correlación entre Calidad de Servicio vs. Satisfacción del usuario*

		CalidadServ	Satisfacción
CalidadServ	Correlación de Pearson	1	,568**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	356	356
Satisfacción	Correlación de Pearson	,568**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	356	356

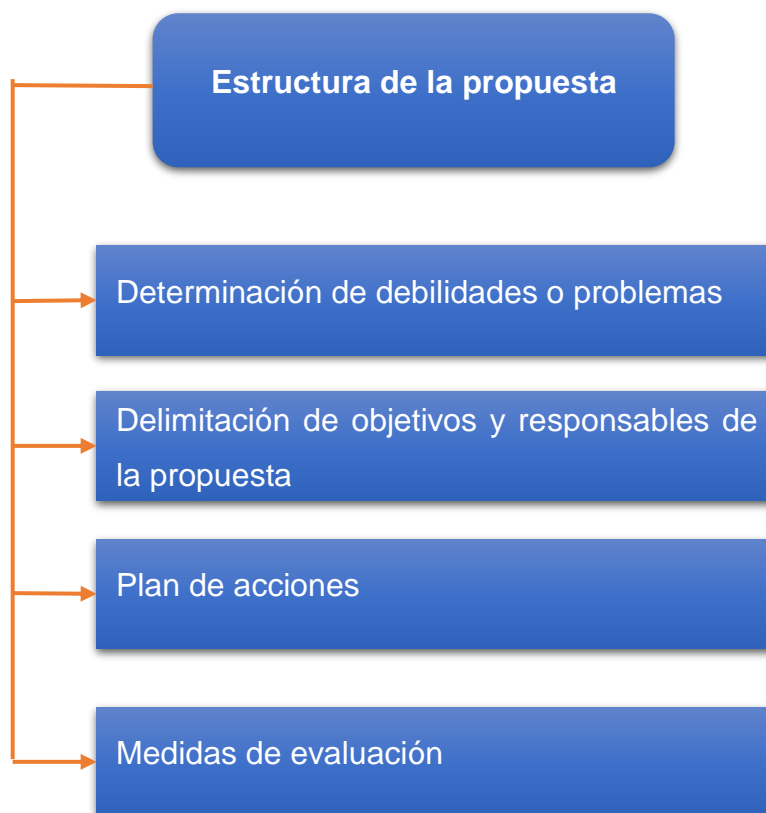
CAPITULO IV. PROPUESTA

4.1 Introducción y estructura

La gestión del servicio y atención al usuario es de gran importancia para empresas públicas o privadas, puesto que, la mala administración de estos procesos conlleva a que la entidad reciba un golpe propiciado por las quejas e inconformidades de los usuarios. Las organizaciones del sector público se vinculan a servicios deficientes por sus largas filas, mala gestión y tardía atención, este es el caso de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.

Para poder generar una correcta gestión dentro de la entidad se ejecutó un análisis del nivel de calidad y satisfacción de los usuarios que hacen tramites dentro de esta. Con estos datos se identificaron aspectos que pueden reforzarse mediante el desarrollo de una propuesta, para esto, se seguirá el esquema de la figura 27:

Figura 27
Estructura de la propuesta



4.2 Desarrollo de la propuesta

En este subapartado se procede con el desarrollo de la propuesta conforme a los puntos delimitados.

4.2.1 Determinación de debilidades o problemas

Mediante la aplicación del modelo Servperf se pudo determinar los puntajes que cumplían con una buena calificación en los elementos de calidad evaluados, permitiendo reconocer los elementos que deben reforzarse por parte de la institución, estos son los siguientes:

- a. Tiempo de respuesta: Dentro del análisis de resultados eructados el tiempo de repuesta del servicio fue considerado el mayor problema de la organización, siendo necesario gestionar de mejor forma este sistema de atención para no generar largos proceso de atención.
- b. Comprensión de necesidades de los usuarios: Determinar medidas para poder identificar las necesidades de los usuarios fue uno de los puntos bajos de la gestión actual, por lo tanto, se debe considerarse acciones que permitan dar solución a la forma en que se administra el análisis del usuario y poder brindar servicios acordes a sus requerimientos.
- c. Fiabilidad y seguridad: Debe fomentarse una mejora del servicio desde una perspectiva de fiabilidad y seguridad para que el usuario tenga plena confianza en la organización.
- d. Empatía en el servicio: Los colaboradores deben mostrar mejores valores y tratos al momento de brindar el servicio para trasmitir una sensación de empatía en los usuarios y lograr su satisfacción al momento de ser atendidos en las instalaciones.

De forma general, aspectos como la empatía tenían una puntuación aceptable dentro del estudio realizado, no obstante, no se visualiza una calificación óptima, por ende, se añade como uno de los ejes necesarios para reforzar la gestión

de la calidad de los procesos y gestión a los usuarios (docentes, directores y rectores), y lograr que la satisfacción mejore desde diversos puntos.

4.2.2 Delimitación de objetivos y responsables de la propuesta

Considerando los problemas encontrados dentro de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, se plantean los siguientes objetivos estratégicos contenidos en la tabla 22:

Tabla 22
Objetivos estratégicos

Objetivos	Responsables de las acciones	Funciones de los responsables
Optimizar la capacidad de respuesta en los requerimientos de los docentes directores y rectores de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.	Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar acciones estratégicas. - Brindar seguimiento a las acciones. - Retroalimentar a las partes involucradas en la ejecución de las acciones.
Determinar mecanismos que faciliten la identificación de las necesidades de los usuarios (Docentes, directores y rectores) para dar una solución oportuna y atención adecuada.	Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar los mecanismos de identificación. - Brinda inducción al personal administrativo/funcionarios - Dar seguimiento.

<p>Mejorar la visión que tienen los usuarios con respecto a la fiabilidad y seguridad que demuestran los servicios y trámites que se ejecutan por los funcionarios de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.</p>	<p>Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana y área encargada de comunicaciones</p>	<p>Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar mecanismos. - Brindar seguimiento a las labores propuestas. <p>Área encargada de comunicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar campañas de comunicación.
<p>Proyectar profesionales en la atención de usuarios con una visión alienada a servicios con empatía para mejorar la satisfacción de los usuarios de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.</p>	<p>Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana y Área de Talento Humano</p>	<p>Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar acciones para mejorar las aptitudes del personal. - Brindar seguimiento a las acciones propuestas. <p>Área de Talento Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Velar por un capital humano con mayor enfoque de empatía a los usuarios.

La tabla anterior permite delimitar cuatro objetivos estratégicos que se determinaron con base a las debilidades encontradas y referenciadas anteriormente, dentro de los actores que deben intervenir como responsables directos de estos fines está el jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana, área encargada de comunicaciones y área de talento humano, cumplimiento diferentes funciones esenciales para garantizar el alcance de metas.

4.2.3 Plan de acciones

Determinados los objetivos estratégicos se plantea una visión de las estrategias necesarias para el alcance de cada una de estas finalidades, estas acciones se exponen a continuación:

Estrategia 1: Automatización de requerimientos de los docentes directores y rectores

La acción estratégica se resume dentro de la tabla 23:

Tabla 23
Descripción de estrategia 1

Descripción:	Consiste en implementar una innovación dentro de los sistemas actuales de la empresa mediante la introducción de una Inteligencia Artificial diseñado por un desarrollador de software que permite generar una automatización en la respuesta de ciertos trámites de los usuarios.
Recursos:	Entre los elementos que se necesitan están los siguientes: Software IA: Personalizado con algoritmos que generen respuestas automáticas. Equipos digitales y TIC en general: Por los recursos que permiten la conexión con el sistema. Canales digitales: Elemento que interconexión al sistema con el usuario que hace el requerimiento.
Personal involucrado:	Las personas que deben intervenir: Desarrollador software: Encargado de diseñar el sistema. Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana: Brinda la directrices que necesita el sistema.

	<p>Personal Administrativo o funcionarios: Encargados de dar seguimiento a los tramites ingresados.</p> <p>Área de TIC: Profesionales que darán mantenimiento a los recursos digitales.</p>
--	---

Con base a lo mencionado, se procede a profundizar sobre la estrategia a continuación:

a) Vinculación de la IA con la gestión de calidad y procesos de trámites en la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación

La IA cumplirá un rol fundamental dentro de los procesos de la entidad, en este caso, se espera que tenga la función de:

- i. **Conexión de canales digitales:** La IA debe tener la capacidad de conectar a los usuarios desde los portales de conexión disponibles como redes sociales y página web, para facilidad de vínculo entre el usuario y el sistema de solicitudes.
- ii. **Administración de solicitudes:** El sistema administrará cada pedido en base a algoritmos que permitan identificar cada tarea que le solicitan los usuarios, generando respuestas automáticas en aquellos procesos de menor complejidad, una vez analice la información ingresada por los usuarios.
- iii. **Generación de avisos y conexión con funcionarios:** La IA ejecutará avisos sobre requerimientos que necesiten aprobación por funcionarios de la institución, conectándolo mediante el sistema para que dar una respuesta automática una vez que el funcionario brinde un resultado sobre el requerimiento.

Los avisos serán contantes para que el funcionario tenga noción de aquellos trámites que no han sido respondido en el tiempo esperado por el sistema.

- iv. Generación de informes: la IA subirá información a la nube de la organización, segmentando datos por fecha y según el tipo de trámites, permitiendo que se desarrolle una tabulación de datos o gráficos que muestren un informe de la gestión de los trámites.

Estrategia 2: Estudio de campo para identificación de las necesidades de los Docentes, directores y rectores

Para estas acciones se delimita lo siguiente, expresado en la tabla 24:

Tabla 24
Descripción de estrategia 2

Descripción:	La acción estratégica consiste en un estudio de campo periódico, sin embargo, este se ejecuta únicamente mediante canales digitales, donde se debe dar aviso a los usuarios para que ingresen al portal y que presenten sus percepciones la gestión de la calidad de los servicios en los diferentes trámites.
Recursos:	<p>Para poder ejecutar estas acciones se necesitan:</p> <p>Aparatos TIC: Como computadores y demás dispositivos que permitan que el usuario pueda conectarse.</p> <p>Canal digital o plataforma: Esta se debe diseñar por el área de TIC de la organización para poder segmentar un cuestionario sobre las necesidades que tienen los docentes, rectores y directores sobre los servicios.</p>

Personal involucrado:	Entre el capital humano requerido están: Área de TIC: Deben ser los encargados del diseño de la plataforma. Personal Administrativo o funcionarios: Encargados de la aplicación de las encuestas y presentar los reportes de los resultados.
------------------------------	--

Para la realización de esta acción estratégica se estima seguir los siguientes procesos:

- a. Identificación de medio de comunicación idóneo: Los funcionarios deben analizar los canales con mayor retroalimentación por parte de los usuarios para selección uno o más canales como medio de distribución de la encuesta digital.
- b. Cuestionario: Este instrumento debe contener consultas sobre las necesidades del cliente con respecto a los canales de comunicación y atención, sobre la estructura de los diferentes tramites, sobre la capacidad de atención y el tiempo, entre otros aspectos.
- c. Recolección y tabulación: Con la información obtenida los funcionarios deben proceder con una tabulación de datos y determinar con base a ponderaciones las necesidades prioritarias para poder ejercer acciones inmediatas.

Estrategia 3: Planteamientos de políticas encaminada a la fiabilidad y seguridad, y campaña de difusión ante los usuarios

Dentro de esta sección se plantean dos acciones estratégicas, la primera es la estipulación de políticas y la segunda consiste en realización de una campaña de comunicación, en resumen, se estipulan las siguientes premisas en la tabla 25:

Tabla 25
Descripción de estrategia 3

<p>Descripción:</p>	<p>Para tener una perspectiva de trasmisión de valores y aspectos éticos organizacionales se delimitará una serie de políticas encaminadas a mejorar la fiabilidad y seguridad que trasmite el personal a los usuarios.</p> <p>Esto se complementa con una campaña de comunicación que permita mejorar la imagen que tienen actualmente los usuarios de los funcionarios.</p>
<p>Recursos:</p>	<p>Como recursos se estipulan:</p> <p>Manual de políticas: Las políticas a estipular deben contener en la guía interna de la organización</p> <p>Recursos de mercadotecnia: Diseños como flyer digitales, imágenes y videos publicitarios que se transmitirán en la campaña.</p> <p>Canales digitales: Las campañas tendrán mayor visualización por estos canales como las redes sociales, al ser de gran afluencia.</p>
<p>Personal involucrado:</p>	<p>Los profesionales que intervendrán serán los siguientes:</p> <p>Área de recursos Humanos: Trasmirán las políticas al personal.</p> <p>Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana: Diseña las políticas de forma conjunta con el responsable de talento humano.</p> <p>Personal Administrativo o funcionarios: Deben poner en práctica las políticas diseñadas al momento de brindar la atención al usuario.</p>

A continuación, se brinda una mayor descripción de esta estrategia:

a) Políticas encaminadas a la fiabilidad y seguridad,

Entre las políticas que se proponen están las siguientes:

Para una mejor fiabilidad en el servicio:

- i. De la información transmitida: No generar información falsa que haga una exageración de la velocidad del servicio o de las cualidades del mismo para que los usuarios no tengan expectativas no adaptadas a la realidad.
- ii. Del interés: La atención brindada debe ser fomentada mediante un principio ético de sinceridad en ayudar a la otra persona, como premisa del deber de todo funcionario.
- iii. Principio de cero errores: Los funcionarios se regirán bajo un pensamiento de cero errores, promulgando una práctica pública de eficiencia para resolver y atender cada uno de los requerimientos de los usuarios.
- iv. Del tiempo de atención: Plantear estándares de tiempo de atención según la complejidad de cada trámite para asegurar la eficacia de los funcionarios y una notificación adaptada a la realidad a los usuarios.

Para transmitir mayor seguridad en el usuario:

- i. De la imagen del funcionario: Los funcionarios de la institución deben brindar una imagen pulcra en sus labores.
- ii. De la información brindada: Cada información brindada al usuario debe ser clara para que sea entendible y que no se genere espacio a especulaciones.
- iii. Del comportamiento: El personal siempre debe manejarse bajo una conducta profesional que refleje confianza en los usuarios.

b) Campaña de difusión ante los usuarios

La campaña se basa en mejorar la imagen corporativa de la empresa, ejecutando difusiones por los diferentes canales de comunicación digital actuales, dando mayor importancia en la utilización de la publicidad por motores de búsqueda y redes sociales al estar inmersos en una sociedad que valor a los medios digitales en sus preferencias diarias.

Estrategia 4: Políticas de capital humano encaminadas a una perspectiva de empatía

Estas políticas discrepan de las anteriores y buscan otra finalidad, su propósito se resumen a continuación en la tabla 26:

Tabla 26
Descripción de estrategia 4

Descripción:	Esta estrategia tiene como misión lograr desarrollar profesionales de atención al cliente con mayor empatía en el servicio brindado al usuario para que la calidad de los procesos se optimice y el usuario atendido tenga mayor satisfacción.
Recursos:	Como recursos se estipulan: Manual de políticas: Al igual que la estrategia anterior, estas se contienen dentro de las guías internas actuales como normas complementarias y específicamente destinadas a la atención al cliente.
Personal involucrado:	Como personal se determina: Área de recursos Humanos: Trasmitirán las políticas al personal. Jefe de la Unidad Distrital de Atención Ciudadana: Diseña las

	<p>políticas de forma conjunta con el responsable de talento humano.</p> <p>Personal Administrativo o funcionarios: Son los encargados de la implementación de las políticas planteadas y que serán monitoreadas por el jefe de la unidad.</p>
--	---

Como políticas a utilizar se recomiendan:

Políticas sobre empatía en el servicio:

- i. De los tiempos y horarios de atención: La formulación de tiempos y horarios de atención se fomentarán por los funcionarios con base a la real necesidad de los usuarios.
- ii. Del trato hacia los usuarios: Los funcionarios siempre mantendrán un trato de cortesía ante las diferentes personas que hagan solicitudes, sin mostrar reacciones violentas, vulgares o que incentiven falta de respeto o violencia.
- iii. Empatía: La empatía será entre funcionarios y de funcionarios hacia los usuarios, buscando siempre ayudar y comprender sus necesidades para brindarles soluciones en sus requerimientos.

Cronograma de implementación

Para la ejecución de las estrategias se debe seguir el siguiente cronograma de la tabla 27:

Tabla 27
Cronograma del desarrollo de la propuesta

Actividades	Tiempo en meses			
	1	2	3	4
Análisis de la situación de los servicios				
Identificación de debilidades				
Planteamiento de objetivos estratégicos				
Desarrollo de estrategias				
Implementación				
Evaluación	Al final del año/periodo			

4.2.4 Medidas de evaluación

Para complementar la planificación se ejecuta un cuadro de medidas de evaluación, estas se detallan a continuación en la tabla 28:

Tabla 28
Medidas de evaluación

Objetivos estratégicos	Indicador	Meta	Fuente
Optimizar la capacidad de respuesta en los requerimientos de los docentes directores y rectores de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.	Capacidad de respuesta: Trámites atendidos a tiempo/ Trámites atendido en el periodo	100% de Trámites ejecutados a tiempo	Informes del sistema IA
Determinar mecanismos que faciliten la identificación de las necesidades de los usuarios (Docentes, directores y rectores) para dar una solución oportuna y atención adecuada.	Necesidades identificadas: Necesidades encontradas/ Total de encuestados	Mantener un bajo nivel de necesidades no cumplidas, no mayor al 5%	Informes de encuestas
Mejorar la visión que tienen los usuarios con respecto a la fiabilidad y seguridad que demuestran los servicios y trámites que se ejecutan por los funcionarios de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.	Visión del usuario sobre la fiabilidad y seguridad que se trasmite: Personas que lo califican de bueno/ Total de personas	95% de los usuarios encuestados	Informes de encuestas
Proyectar profesionales en la atención de usuarios con una visión alienada a servicios con empatía para mejorar la satisfacción de los usuarios de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación.	Visión del usuario sobre la empatía que se trasmite: Personas que lo califican de bueno/ Total de personas	95% de los usuarios encuestados	Informes de encuestas

Conclusiones

Mediante la propuesta se logra plantear una estructura que permite fortalecer la gestión de la calidad del servicio a los docentes, directores y rectores de las instituciones educativas públicas en la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, considerando que con la implementación de una automatización de los procesos mediante un sistema IA se genera una visión del nivel de eficiencia de los servicios, así como una generación de avisos que pondrán al tanto a los funcionarios sobre los trámites que deben resolver y con esto evitar que existan quejas y retrasos.

La situación actual de los servicios de la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación permiten evidenciar que su nivel de calidad es medio al obtener un puntaje cercano a 3 dentro del método Servperf aplicado. Esto sostiene que las instituciones deben optimizar sus gestiones, a pesar de no ser totalmente deficientes.

En una revisión documental se pudo obtener una visión de los procesos que ha implementado la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, se denota que la organización busca generar una segmentación en la atención de los docentes, directores y rectores, implementado una unidad encargada de estos procesos, sin embargo, estas acciones se comparten con los trámites de los padres de familias, lo que puede ser una desventaja y confusión. Un punto fuerte es la matriz de trámites que permite tener un control de la cantidad de operaciones que están pendientes y con documentación incompleta.

Se concluye que existe una relación de la calidad de la gestión de los procesos en la Dirección Distrital 09D17 Milagro-Educación, puesto que, los niveles de puntuación en ambas variables demuestran resultados con similares tendencias, permitiendo denotar que el nivel de satisfacción de los usuarios no llega a ser bueno.

Finalmente, se observa una correlación positiva moderada entre las variables bajo estudio con un valor de 0,568 un nivel de significancia menor a 0,01.

Manifestándose, una mayor incidencia de la dimensión tangibilidad sobre la satisfacción al cliente, es decir que la presencia de equipos e instalaciones adecuadas son necesarias para validar y brindar un mejor servicio a sus clientes.

Recomendaciones

Es recomendable la aplicación de las medidas propuestas mediante una correcta valoración de posibles proveedores del sistema, en este caso, analizando el perfil de desarrolladores de software para que se seleccione al profesional con mejores aptitudes para poder ofrecer una estructuración óptima del sistema.

Se debe seguir aplicando cuestionarios y técnicas de medición de calidad y satisfacción para comprobar que el usuario tiene otra visión del nivel de servicio que se le está brindando, lo que permite corroborar que las medidas implementadas están logrando su objetivo base, esto puede desarrollarse preferencialmente al final del año.

Es pertinente la estructuración de periodos de inducción o capacitación de los funcionarios para que sepan cómo manejar el sistema y el enfoque de las políticas, lo que faculta que se desempeñen de mejor forma dentro de la ejecución de las acciones estratégicas. Esta actividad debe formularse segmentadas en horas de distintos días para no interrumpir fuertemente las actividades de los funcionarios.

Bajo los resultados obtenidos en el análisis de correlación se manifiesta un gran seguimiento en los aspectos y situaciones relacionadas a la dimensión de tangibilidad, sin dejar de lado el resto de dimensiones para preservar un alto nivel de satisfacción para los usuarios.

Bibliografía

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 195-204.
- Alhaj, A., & Hassan, K. (2016). The Impact of Administrative Management's Quality on Improving Local Government in Khartoum An Applied Study on Karary Locality. *European Journal of Business and Management*, 8(26).
- Almeida, M. D., Gallardo, V., & Tomaselli, A. (2006). *Gobernabilidad fiscal en Ecuador*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social - IELPES , Santiago de Chile.
- Ansolabehere, K., Cortés, F., Martínez, L., & Zaremborg, G. (2018). *Diseños de investigación. Metodología en tesis de ciencias sociales*. México: FLACSO.
- Arias, F. (2015). *Metodología de la investigación. Cuarta edición*. Buenos Aires: Editorial Depalma.
- Asamblea Nacional. (20 de Octubre de 2010). *COPIFP. Registro Oficial No. 306*.
- Bernal , C. (2010). *Metodología de la investigación. 3ed*. Pearson.
- Bertram, D. (2008). Likert Scales...are the meaning of life. <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>.
- Calvo, C., & Landa, A. (2019). *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante TAO*. Obtenido de Universidad de Piura: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4179/AE_318.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo, G. (2016). *Diagnóstico de la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario, año 2015*. Obtenido de Universidad Nacional de Cajamarca: <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/931/TESIS%20GLADYS%20JHOSELYNE%20CASTILLO%20MORENO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Causado, E., Charris, A., & Guerrero, E. (2019). Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta,

- Colombia. *Información tecnológica*. vol.30 no.2, 73-84.
doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000200073>
- Cayer , J., & Sabharwal, S. (2016). *Public personnel administration (6th ed.)*. San Diego, CA.
- Cerda, H. (1991). *Capítulo 7: Medios, Instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información*. Bogotá: El Bicho.
- Chávez, D. (2015). *La investigación en los campos de la arquitectura: Reflexiones metodológicas y procedimentales*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- CLAD. (2015). *Carta Iberoamericana de Calidad en la Gestión Pública*. Obtenido de Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo.
- CNP. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. (Resolución 2. Registro Oficial Suplemento 78 de 11 de septiembre de 2013)*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 78: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2013-%E2%80%932017.pdf>
- CNP. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Plan%20Nacional%20de%20Desarrollo%20Toda%20Una%20Vida%202017%20-%202021.pdf>
- CNP. (2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir "Plan de Todos" 2017-2021*. Obtenido de Consejo Nacional de Planificación de Ecuador: <https://www.google.com/search?q=CONSEJO+NACIONAL+DE+PLANIFICACI%C3%93N&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Cobo, E., Andrade, M., Sandoval, M., & Rizzo, D. (2017). Análisis de la Gestión Administrativa en el Control Presupuestario del Sistema Educativo de Ecuador: El caso de Estudio de la Direcciónn Distrital 13D08 Pichincha. *Didasc@lia: D&E*, 22.
- Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas. (2010). *De las Disposiciones comunes a la Planificación y las Finanzas Públicas*. Quito: Bicentenario.

- Constitución de la República del Ecuador. (13 de jul de 2008). Quito. Ecuador: Registro Oficial 449, 20 de octubre de 2008. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Daza, M., & Daza, M. (2017). Servicio al cliente. *Revista de investigacion, administracion e ingeniería*, 20-26. Obtenido de <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/1715>
- Diario El Comercio. (11 de Octubre de 2020). *Quejas por despidos y vulneración de derechos laborales crecen en Ecuador*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/denuncias-vulneracion-derechos-laborales-despidos.html>
- Escobar, D., Mora, J., & Huilcapi, M. (2017). Gestión administrativa y financiera en el cumplimiento presupuestario de las instituciones públicas. *Polo del Conocimiento*.
- Franciskovic , J. (2013). Retos de La Gestión Pública: Presupuesto Por Resultados Y Rendición de Cuentas. *Elsevier*, 28-32.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, vol. 18, núm. 3, 381-398.
- García, F. (1993). El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. *Alianza Editorial*, 123-152.
- Halliburton, E. (2007). *Manual para el analisis, evaluacion y reingenieria de procesos en al administracion publica*. Obtenido de http://www.sgp.gob.ar/contenidos/onig/carta_compromiso/docs/%20documentos/reingenieria.pdf
- Hernández, B. (2001). *Técnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Diaz de Santos.
- Hernández, J. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *Revista AVFT*, 587-595. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12442/2469>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- Huamani, R., & Rojas, I. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Centro de Salud San Felipe del distrito de Chosica, Lima, 2017*. Obtenido de Universidad Peruana Unión: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1603/Rossy_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=5
- INEC. (2019). *Guía para el usuario de base de datos. Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo)*. Dirección de Estadísticas Sociodemográficas, Quito.
- Isaza, L., & Granja, G. (2017). Servicio al cliente: Modelo de Medición SERVPERF: Caso hospital público del Distrito 3 en Guayaquil. *Revista tecnológica de marketing y comunicación*.
- Kaehler, B., & Grundei, J. (2018). *HR Governance A Theoretical Introduction*. Berlin-Germany: Springer International Publishing.
- Koontz, H., & Wehrich, H. (1989). *Essentials of Management*. Los Ángeles, CA: McGraw-Hill Companies.
- Koontz, H., & Wehrich, H. (2008). *Management A Global Perspective*. Los Ángeles, CA: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing (15° ed.)*. México: Pearson Educación.
- Lacoste, J. (2018). *Cómo mejorar la relación con los clientes*. Almuzara. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=581dDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=relacion+con+el+cliente+&ots=n-pfeebkO4&sig=RhyUMqPnNvIrBoq6twOilUrTpP8#v=onepage&q&f=false>
- Lora, J., & García Sedeño, M. (2017). La satisfacción y la accesibilidad de los pacientes atendidos en el Servicio Provincial de Drogodependencias de Cádiz. *El Sevier*, 132-146.
- Lorenzini, E. (2017). Mixed-Method Research In The Health Sciences. *Revista Cuidarte*, 1549–1560. doi:<http://dx.doi.org/10.15649/cuidarte.v8i2.406>

- Luna, F. (2017). Aplicación del modelo SERVPERF para la medición de la percepción sobre la calidad del servicio de la educación superior. *Revista Eco matemático ISSN: 2462-8794*, 43-50.
- Marfull Pujadas, A. (18 de Diciembre de 2019). *El método hipotético-deductivo de Karl Popper*. Obtenido de Andreu Marfull.
- Marín, K., & Atencio, E. (2008). Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso. *OMNIA(3)*, 160-183.
- Marume, D., & Jubenkanda, R. (2016). The Basic Concepts and Principles of Unity of Command and the Span of Control. *International Journal of Business and Management Invention*, 5 Issue 6, 14-18.
- Mateos, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. Andalucía: IC Editorial.
- Matthews, T. (2017). *Principles and Practices of Management*. MeetCoogole.
- Medina, C. (2016). *Gestión de calidad con uso de técnicas modernas administrativas en Micro y Pequeñas Empresas*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: <https://n9.cl/pst28>
- Mendoza Zamora, W., Loor Carvajal, V., Salazar Pin, G., & Nieto Parrales, D. (Julio de 2018). La asignación presupuestaria y su incidencia en la Administración Pública. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 4(3), 313-333. Obtenido de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Miles, A. (2019). Research Methods and Strategies: Let's the Stop the Madness Part 1: Understanding the Difference Between Unit of Analysis vs. Unit of Observation. 1-8. Obtenido de <https://conjointly.com/kb/unit-of-analysis/>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (Noviembre de 2018). *Ciclo presupuestario*. Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/ciclo-presupuestario.pdf>
- Ministerio de Educación. (2013). *Zonas, distritos y circuitos*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/zonas-distritos-y-circuitos/>
- Ministerio de Educación. (2015). *Manual de Gestión Organizacional por Procesos Versión 3*. Quito.

- Ministerio de Educación. (2015). *Misión / Visión / Valores. Planificación Estratégica*.
Obtenido de <https://educacion.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Ministerio de Educación. (2016). *Manual de Calidad. Gestión Administrativa Distrital*.
Quito.
- Ministerio de Educación. (Diciembre de 2017). *Presupuesto de educación para 2018 crece en un 16%*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/presupuesto-de-educacion-para-2018-crece-en-un-16/>
- Ministerio de Educación. (2018). *Módulo de Ejecución y Evaluación Presupuestaria*.
. Quito.
- Ministerio de Finanzas. (14 de Diciembre de 2011). *Estatuto Organico* . (E. E. 219, Ed.)
- Montaña, J., Ramírez, E., & Ramírez, H. (2002). Evaluación de la calidad de los Servicios Públicos Domiciliarios. *Revista Colombiana de Marketing*, 46-62.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10900506>
- Nugraha, Dewi, S., Iyan , B., & Kamal, I. (2020). A Gap Model Analysis of Laboratory Service Quality at Engineering Faculty of Private University. *Mimbar*, 36, 97-109.
- Orlandini, I., & Ramos, N. (2017). Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de servicio de las empresas de transporte aéreo. *Revista digital Investigación & Negocios*, 144-155.
- Pacheco, G. (2016). *Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros*. Andalucía: IC Editorial.
- Pardo, G. (2016). Gestión Financiera Pública: Aplicación de las normativas vigentes en la elaboración de presupuesto corriente en un gobierno local en la República del Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 13.
- Passailaigue, R. M. (2014). La calidad de la Gestión Educativa. *Revista Científica Ecociencia*, 10-11.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2014). *Definición de recolección de datos*. Obtenido de <https://definicion.de/recoleccion-de-datos/>

- Pincay, Y., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Revista Dominio de las Ciencias*, 1118-1142. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341>
- Plano, V., & Ivankova, N. (2016). *Mixed Method Research: A guide to the field*. Los Angeles, CA: Sage Publications, Inc.
- Poutvaara, P. (2014). Public-sector outsourcing. *IZA World of Labor*, 1-10.
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos. Revista de estudios interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 12, 248-252.
- Quevedo, L. (2019). Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter. *Investigación & Negocios*, 12(20), 55-60. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a06.pdf
- Ramírez, E., Maguiña, M., & Huerta, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 329-343. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Universidad y Sociedad*, 417-423.
- Reguant, M., & Martínez, F. (2014). Operacionalización de conceptos/variables. *Diposit Digital de la UB*.
- Reio, T. (2016). Nonexperimental research: strengths, weaknesses and issues of precision. *European Journal of Training and Development*.
- Rodríguez Santillán, J. (2017). La percepción de la gestión administrativa y percepción de la ejecución presupuestal en el Programa Nacional - INABIF-2016. Perú: Escuela de Posgrado Universidad César Vallejo.
- Rodríguez, H., Martínez, A., Bhelmar, J., & Madariaga, Á. (2019). Aplicación del modelo Servperf en una empresa de recauchaje en Chile. *Perspectiva*, 26-34. doi:<https://doi.org/10.33198/rp.v20i1.00018>
- Rodríguez, P., Garcés, L., Valencia, J., & Benjuamea, M. (2022). Calidad del servicio de agua potable para habitantes de Medellín (Colombia): aproximación desde modelos de calidad de servicio. *Información tecnológica*, 88-96.

- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Revista Información tecnológica*, 221-232. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Rosero, M. (2020 de Junio de 2020). USD 894 millones menos tiene Educación, en este 2020. *El Comercio*.
- Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data*, vol. 19, núm. 2, 13-20.
- Sanca, M., & Cárdenas, A. (2021). Customer Relationship Management y captación de clientes en JMA Soluciones, San Isidro 2020. *Journal of business and entrepreneurial studies*, vol. 5, núm. 2, 45-61.
- Senplades. (2009). *Aproximación y Análisis: Calidad de los servicios públicos*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Shinde, D. (2018). *FUNCTIONS OF MANAGEMENT*.
- Solano Torrenegra, E. (2017). *¿Cuánta razón tiene el cliente?* EJ BLACK. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WZU6DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=cuanta+razon+tiene+el+cliente&ots=vnD07ASeMK&sig=TVLBCaIJKQI8RIhLS0uQQSUQyAE#v=onepage&q=cuanta%20razon%20tiene%20el%20cliente&f=false>
- Staffaroni, S. (26 de Octubre de 2019). *How to Define Customer Satisfaction and Measure it*. Obtenido de Get Feed Bike Web Site: <https://www.getfeedback.com/resources/cx/how-to-define-customer-satisfaction-and-measure-it/>
- Streiner, D. (2010). Health Measurement Scales A Practical Guide to Their Development and Use. *New York: Oxford University Press*, 64-65.
- Tejeiro, J., Álvarez, J., & Burgos, A. (2014). El presupuesto como instrumento de gestión pública eficaz. La implantación del presupuesto base cero en la Administración Pública española. *Presupuesto y Gasto Público*, II(34). *Dialnet*.

- Troncos, I., Maldonado, O., & Ortega, D. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Transporte Cruz del Sur Cargo S.A.C. Santa Anita 2018*. Obtenido de Universidad Peruana de las Americas: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/887/Troncos%20-%20Maldonado%20-%20Ortega.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vadivel, V. (2021). *Designing of Plot*. Tirunelveli-India.
- Vargas, M., & Aldama, L. (2014). *Calidad y Servicio, Conceptos y herramientas. Primera edición*. Bogotá, Colombia: Coordinación editorial Adriana Gutiérrez.
- Vera, E. (6 de Mayo de 2017). *Balance sobre el Ministerio de Educación en los 10 años del gobierno del presidente Rafael Correa*. Obtenido de Diario El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/15/balance-sobre-el-ministerio-de-educacion-en-los-10-anos-del-gobierno-del-presidente-rafael-correa>
- Vergara, M. (Diciembre de 2014). *Dimensiones Involucradas en la Evaluación de Satisfacción usuaria hacia seguros de salud en Chile*. Obtenido de Universidad de Chile: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/132729/Vergara%20Henr%C3%ADquez%20Mar%C3%ADa.pdf?sequence=2#:~:text=En%20esta%20investigaci%C3%B3n%20se%20identifican,satisfacci%C3%B3n%20o%20aceptabilidad%20del%20usuario>.
- Vetter , L. (2014). *Management Functions*. Washington, DC: Clinical Laboratory Management, Second Edition. ASM Press.
- Waldron, M., Vsanthakumar, J., & Arulraj, S. (2015). *Improving the organization and management of extension*. Urbana-Champaign: INTERPAKS.
- Zavala, Z. (1998). *Corrupción política: El caso del Ecuador*. Obtenido de Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo: <http://old.clad.org/documentos/otros-documentos/corrupcion-politica-el-caso-del-ecuador>

Anexos

Anexo 1 Encuesta para gestión de calidad de servicio

TA= Totalmente de Acuerdo

DA= De Acuerdo

NN= Ni de acuerdo ni en desacuerdo

ED= En Desacuerdo

TD= Totalmente en Desacuerdo

PREGUNTAS	TA	DA	NN	ED	TD
DIMENSIÓN FIABILIDAD					
La entidad cumple con las promesas de servicios, es decir, cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.					
Cuando un usuario presenta un problema, la entidad refleja un sincero interés en solucionarlo.					
La entidad brinda un grato nivel de experiencias a los usuarios que visitan o requieren por primera vez algún servicio.					
La entidad procura atender a los usuarios en el menor tiempo posible.					
La entidad preserva documentación, registros e información, y un servicio fuera de error.					
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA					
El personal dedicado a la atención del cliente comunica el tiempo y la finalización del servicio.					
Se ofrece un servicio eficaz y eficiente a sus usuarios.					
El personal está predispuesto siempre a ayudar a los clientes.					
La entidad no muestra un alto grado de ocupación que limita el responder las interrogantes de sus clientes.					
DIMENSIÓN SEGURIDAD					
El comportamiento del personal transmite confianza.					
Los clientes reflejan seguridad y confianza al momento de acudir a la entidad para solicitar ayuda.					
El personal de la entidad demuestra amabilidad al atender a los clientes.					

El personal de atención al cliente presenta suficientes conocimientos para responder a las preguntas surgidas al momento de solicitar algún servicio.					
DIMENSIÓN EMPATÍA					
La entidad da a sus clientes una atención individualizada (es decir, atienden por separado a los usuarios y no de forma masiva).					
La entidad presenta horarios y demás canales de atención en horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.					
La entidad se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.					
La entidad comprende las necesidades específicas de sus clientes.					
Los empleados de la entidad brindan a sus clientes una atención personalizada (Segmenta el servicio conforme a su solicitud).					
DIMENSIÓN BIENES TANGIBLES					
La entidad cuenta con equipos tecnológicos y herramientas innovadoras.					
Las instalaciones físicas son visualmente atractivas					
Los empleados de la entidad, en cuanto a la atención al cliente, presenta apariencia pulcra y confiable.					
Los elementos materiales o recursos asociados al servicio como afiches, murales, entre otros, son visualmente atractivos.					
Preguntas adicionales					
¿Cuál es su satisfacción con el tiempo de respuesta?					
¿Cuál es su satisfacción con respecto al trato que recibe en el distrito al ser atendido?					
¿Cuál es su satisfacción con las instalaciones y recursos que utiliza la entidad para brindar la atención?					
¿Qué satisfacción tiene con respecto a la fiabilidad que genera la entidad al momento de solicitar algún requerimiento?					
¿Qué satisfacción tiene con respecto a la seguridad que genera la entidad al momento de solicitar algún requerimiento?					
¿Cuál es su satisfacción general con el servicio?					