

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA COHORTE AGOSTO 2018

Tema: “La percepción de la calidad del servicio que reciben los usuarios del GAD de Ambato en el área de información general”

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en
Administración Pública

Autora: Ingeniera Tannia Giovanna Cherres Cordovilla

Director: Ingeniero Carlos Javier Beltrán Avalos, Magister.

Ambato – Ecuador

2021

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad Ciencias Administrativas

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el Ingeniero Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA., e integrado por los señores: Ingeniero Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA., e Ingeniero Carlos Vinicio Mejía Bayas, Magister, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Informe Investigación con el tema: “La percepción de la calidad del servicio que reciben los usuarios del GAD de Ambato en el área de información general” elaborado y presentado por la señorita Ingeniera Tannia Giovanna Cherres Cordovilla, para optar por el Grado Académico de Magíster en Administración Pública; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Ing. Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA.
Presidente y Miembro del Tribunal



Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.
Miembro del Tribunal



Ing. Carlos Vinicio Mejía Vayas, Mg.
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en Trabajo de Titulación, presentado con el tema: “La percepción de la calidad del servicio que reciben los usuarios del GAD de Ambato en el área de información general”, le corresponde exclusivamente a: Ingeniera Tannia Giovanna Cherres Cordovilla, Autora bajo la Dirección de Ingeniero Carlos Javier Beltrán Avalos, Magister. Director del Trabajo de Titulación, y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Firmado electrónicamente por:
**TANNIA GIOVANNA
CHERRES
CORDOVILLA**

Ingeniera Tannia Giovanna Cherres Cordovilla

c.c.: 1804403333

AUTORA



Firmado electrónicamente por:
**CARLOS JAVIER
BELTRAN AVALOS**

Ingeniero Carlos Javier Beltrán Avalos, Magister.

c.c.: 1803538048

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Firmado electrónicamente por:
**TANNIA GIOVANNA
CHERRERES
CORDOVILLA**

Ingeniera Tannia Giovanna Cherres Cordovilla

c.c.:1804403333

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	v
AGRADECIMIENTO.....	xi
DEDICATORIA	xii
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
INTRODUCCIÓN	1
TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	2
1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA DE POSGRADO.....	2
1.1. Área de conocimiento.....	2
1.2. Líneas de investigación	2
1. Administración.....	2
2. INFORMACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	2
2.1. Tiempo de ejecución.....	2
2.2. Financiamiento	2
2.3. Autor.....	3
3. DESCRIPCIÓN DETALLADA	3
3.1. Definición del problema de la investigación	3
3.1.1. Delimitación del objeto de investigación.....	4
3.2. Objetivos de la investigación.....	5
3.2.1. Objetivo general.....	5
3.2.2. Objetivo(s) específico(s)	5
3.3. Justificación de la investigación	6
3.4. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	9
3.4.1. ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.....	9
3.4.2. LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA – GAD AMBATO	9
3.4.3. MARKETING – MARKETING PÚBLICO.....	12

3.4.4.	APLICACIÓN DEL MARKETING EN EL SECTOR PÚBLICO	13
3.4.5.	MEJORAS EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA POR EL EMPLEO DEL MARKETING:.....	14
3.4.6.	CONVERGENCIA ENTRE EL MARKETING Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	14
3.4.7.	MARKETING DE SERVICIOS	15
3.4.8.	MARKETING POLÍTICO.....	16
3.4.9.	MARKETING SOCIAL	17
3.4.10.	MARKETING NO LUCRATIVO	17
3.4.11.	CALIDAD DEL SERVICIO - EN EL SECTOR PÚBLICO.....	19
3.4.12.	SERVICIO.....	20
3.4.13.	SERVICIO PÚBLICO.....	22
3.4.14.	CADENA DE VALOR	24
3.4.15.	CLIMA ORGANIZACIONAL	24
3.4.16.	MODELO PARA MEDICION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO – SERVQUAL	26
3.4.17.	HIPÓTESIS	27
3.5.	METODOLOGÍA.....	28
3.5.1.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	29
3.6.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	31
3.7.	RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	32
4.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
1.1.	CORRELACIONES	55
4.1.1.	Correlaciones entre variables:	56
4.2.	ANÁLISIS DE FIABILIDAD.....	59
5.	CONCLUSIONES	61
6.	RECOMENDACIONES.....	62
7.	REFERENCIAS CITADAS	63
7.1.	Bibliografía.....	63
8.	ANEXOS	65
8.1.	Link de acceso a encuesta:	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Financiamiento.....	2
Tabla 2. Operacionalización de Variables	31
Tabla 3. Género.....	33
Tabla 4. Edad	34
Tabla 5. Nivel de estudios.....	35
Tabla 6. Los equipos que usa el funcionario público son de apariencia moderna	36
Tabla 7. Considera que los materiales entregados (folletos, similares) son útiles.....	37
Tabla 8. Las instalaciones físicas son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.	38
Tabla 9. El servicio recibido fue como usted lo esperaba.....	39
Tabla 10. El funcionario demoró el tiempo indicado para la resolución del trámite .	40
Tabla 11. El funcionario muestra interés en ayudar a la resolución de su problema / trámite	41
Tabla 12. El funcionario realiza correctamente su trabajo a la primera vez	42
Tabla 13. Se emplean sistemas informáticos en la empresa	43
Tabla 14. El tiempo que demoró en el trámite fue satisfactorio	44
Tabla 15. Existe disponibilidad del funcionario en la atención	45
Tabla 16. En la resolución de dudas, el funcionario fue ágil con su ayuda	46
Tabla 17. El comportamiento del funcionario generó un clima de confianza	47
Tabla 18. El funcionario fue equitativo en la atención a los demás ciudadanos.....	48
Tabla 19. El funcionario demostró tener el conocimiento y capacidad para resolver el requerimiento	49
Tabla 20. La atención recibida fue individualizada	50
Tabla 21. Los funcionarios son amables y tienen buen trato	51
Tabla 22.El funcionario muestra preocupación por el requerimiento del ciudadano	52
Tabla 23. El horario de atención va acorde a la necesidad del ciudadano	53
Tabla 24. El funcionario comprende claramente el requerimiento del ciudadano.....	54
Tabla 25. Correlaciones de variables	55
Tabla 26. Estadísticas de fiabilidad.....	59
Tabla 27. Estadísticas de elemento de resumen	59
Tabla 28. Estadísticas de total de elemento	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Objetivos GADMA.....	10
Figura 2. Mejoras de la administración pública.....	14
Figura 3. Convergencia entre el Marketing y la administración Pública.....	14
Figura 4. Características del Marketing no lucrativo.....	18
Figura 5. Calidad del servicio.....	19
Figura 6. Tipos de servicio.....	20
Figura 7. Servicio.....	21
Figura 8. Tipos de servicios.....	22
Figura 9. Modelo de clima organizacional.....	25
Figura 10. Calidad del servicio.....	26
Figura 11. Género.....	33
Figura 12. Edad.....	34
Figura 13. Nivel de estudio.....	35
Figura 14. Los equipos que usa el funcionario público son de apariencia moderna..	36
Figura 15. Considera que los materiales entregados (folletos, similares) son útiles..	37
Figura 16. Las instalaciones físicas son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.....	38
Figura 17. El servicio recibido fue como usted lo esperaba.....	39
Figura 18. El funcionario demoró el tiempo indicado para la resolución del trámite	40
Figura 19. El funcionario muestra interés en ayudar a la resolución de su problema / trámite.....	41
Figura 20. El funcionario realiza correctamente su trabajo a la primera vez.....	42
Figura 21. Se emplean sistemas informáticos en la empresa.....	43
Figura 22. El tiempo que demoró en el trámite fue satisfactorio.....	44
Figura 23. Existe disponibilidad del funcionario en la atención.....	45
Figura 24. En la resolución de dudas, el funcionario fue ágil con su ayuda.....	46
Figura 25. El comportamiento del funcionario generó un clima de confianza.....	47
Figura 26. El funcionario fue equitativo en la atención a los demás ciudadanos.....	48
Figura 27. El funcionario demostró tener el conocimiento y capacidad para resolver el requerimiento.....	49
Figura 28. La atención recibida fue individualizada.....	50
Figura 29. Los funcionarios son amables y tienen buen trato.....	51

Figura 30. El funcionario muestra preocupación por el requerimiento del ciudadano	52
Figura 31. El horario de atención va acorde a la necesidad del ciudadano.....	53
Figura 32. El funcionario comprende claramente el requerimiento del ciudadano ...	54

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme fortaleza y sabiduría en todo momento para culminar esta maestría.

*A la Universidad Técnica de Ambato,
Facultad de Ciencias Administrativas,
Maestría en Administración Pública, por haberme acogido estos años de estudio. A los docentes, que nos impartieron sus conocimientos y valores los cuales serán una gran ayuda en el campo profesional.*

Un agradecimiento especial a mi tutor Ing. Carlos Beltrán por toda su colaboración y conocimientos impartidos a lo largo de esta investigación, también al Ing. Leonardo Ballesteros, por su apoyo incondicional en esta nueva etapa.

Tannia Giovanna Cherres Cordovilla

DEDICATORIA

A Dios, que por su poder y voluntad me concedió salud y vida para conseguir esta nueva meta planteada hace dos años.

A mi padre, quien con su amor y esfuerzo diario ha dedicado su vida a apoyarme de forma incondicional para alcanzar mis objetivos personales y profesionales.

A mi madre, quien con su entrega y amor me aporta a seguir creciendo en sabiduría y fe.

A mis hermanos Byron y Paulette, son mi motor y fuerza para conseguir todo lo que siempre he tenido en mente, los amo tanto.

A mi ángel y amor eterno, mi abuelito César Cordovilla, fuente total de inspiración para realizar este trabajo, sé que desde la eternidad se siente orgulloso de mí.

A mi abuelita Sarita, mis tíos, especialmente Genaro y Lucy, son los pilares fundamentales y ejemplo claro de que siempre debemos prepararnos, gratitud por su cariño y apoyo permanente.

Tannia Giovanna Cherres Cordovilla

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
COHORTE AGOSTO 2018

TEMA:

LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE RECIBEN LOS
USUARIOS DEL GAD DE AMBATO EN EL ÁREA DE INFORMACIÓN
GENERAL

AUTORA: *Ingeniera, Tannia Giovanna Cherres Cordovilla*

DIRECTOR: *Ingeniero, Carlos Javier Beltrán Avalos, Magister.*

FECHA: *10 de marzo de 2021*

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de este trabajo de investigación es analizar la percepción de la calidad del servicio en el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) municipal de Ambato en el área de información general, lo cual permitirá conocer si el servicio ofrecido es o no de calidad con un enfoque hacia el ciudadano, avalando de esta manera la satisfacción del ciudadano y el cumplimiento de los objetivos de la constitución, objetivos institucionales y políticas públicas establecidas.

El servicio en el sector público generalmente ha sido catalogado como deficiente, sin embargo, se ha visto una mejora en los últimos años lo mismo que permite que la confianza del ciudadano hacia los servicios del sector público se reestablezca.

Por esta razón, el presente trabajo está enfocado en conocer las opiniones reales de los ciudadanos respecto al servicios que reciben por parte del área de información general del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato, conocer si sus necesidades son satisfechas, además, saber el tiempo de respuesta a los requerimientos que realizan los ciudadanos, teniendo en cuenta que todo debería tener un tiempo máximo de respuesta

y no excederlo, considerar que el ciudadano está comprometido para realizar los trámites y si no existe la colaboración del funcionario, la institución es la que pierde credibilidad y recursos.

Por tanto, la aplicación del modelo Servqual que tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio por tanto es idóneo, está constituido por una escala para comprender las expectativas de un cliente frente a un servicio, se aplica como instrumento de mejora institucional, el modelo considera una comparativa entre la calidad y el servicio, permitiendo analizar la situación dentro de las dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, recibiendo como respuesta la percepción del cliente frente al servicio que otorga la institución, presenta características específicas en ámbitos como equipos, apariencia, instalaciones, materiales, recursos, procesos, imagen, equipos, documentación, entre otros.

DESCRIPTORES: *CALIDAD, CIUDADANOS, CLIENTE, DESEMPEÑO LABORAL, INDICADORES, MARKETING DE SERVICIOS, PROCESOS, SATISFACCIÓN, SERVICIOS, SECTOR PÚBLICO.*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
COHORTE AGOSTO 2018

THEME:

PERCEPTION OF THE QUALITY OF SERVICE RECEIVED BY USERS OF THE
GAD DE AMBATO IN THE GENERAL INFORMATION AREA

AUTHOR: *Ingeniera, Tannia Giovanna Cherres Cordovilla*

DIRECTED BY: *Ingeniero, Carlos Javier Beltrán Avalos, Magister.*

DATE: *10 de marzo de 2021*

EXECUTIVE SUMMARY

The purpose of this research work is to analyze the perception of the quality of service in the Decentralized Autonomous Government (GAD) of Ambato in the area of general information, which will allow to know if the service offered is of quality or not with a focus on the citizen, thus guaranteeing citizen satisfaction and compliance with the objectives of the constitution, institutional objectives and established public policies.

The service in the public sector has generally been catalogued as deficient, however, an improvement has been seen in the last few years, which has allowed the citizen's trust towards public sector services to be reestablished.

For this reason, the present work is focused on knowing the real opinions of the citizens regarding the services they receive from the general information area of the Decentralized Autonomous Government of Ambato, to know if their needs are satisfied, also, to know the response time to the requirements made by the citizens, taking into account that everything should have a maximum response time and not exceed it, considering that the citizen is committed to carry out the procedures and if

there is no collaboration of the official, the institution is the one that loses credibility and resources.

Therefore, the application of the Servqual model that aims to improve the quality of service is therefore suitable, is constituted by a scale to understand the expectations of a customer against a service, is applied as an instrument of institutional improvement, the model considers a comparison between quality and service, allowing to analyze the situation within the dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, security and empathy, receiving as a response the perception of the customer against the service provided by the institution, presents specific characteristics in areas such as equipment, appearance, facilities, materials, resources, processes, image, equipment, documentation, among others.

KEYWORDS: *QUALITY, CITIZENS, CUSTOMER, WORK PERFORMANCE, INDICATORS, SERVICE MARKETING, PROCESSES, SATISFACTION, SERVICES, PUBLIC SECTOR.*

INTRODUCCIÓN

En el Capítulo I, se desarrolla el planteamiento del problema, su contextualización en el nivel macro, meso y micro, con la que se describe la importancia de la investigación, así también se realiza un análisis crítico al problema identificado, para posteriormente formular el problema y plantear las principales interrogantes al mismo en caso de no establecer estrategias para su solución, seguido por la justificación y el planteamiento de los objetivos de la investigación.

En el Capítulo II, se desarrolla la investigación secundaria, sustentada en el marco teórico, para la cual se identificó antecedentes investigativos similares a la investigación propuesta, además se desarrolló una fundamentación general que demuestra la importancia de realizar la presente investigación. En este capítulo se plantea también la constelación o categorización de ideas, en el cual se enmarca la revisión bibliográfica para fundamentar las principales teorías relacionadas a las variables de la investigación, además se señala la hipótesis y se las variables de la investigación.

En el Capítulo III, se presenta la metodología, con sus modalidades básicas y tipos de investigación, se identifica la población vinculada con la investigación, a partir de la cual se calcula la muestra poblacional, se realiza la Operacionalización de variables, que permite identificar las preguntas básicas para la aplicación de los instrumentos de recolección de información como la encuesta.

En el Capítulo IV, se realiza el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas al grupo poblacional identificado en el capítulo anterior

En el Capítulo V, se presentan los resultados a través de las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó una vez efectuada la investigación, la información recopilada debe ser analizada e interpretada en todo el proceso investigativo.

Como resultado de la encuesta aplicada basada en el Modelo Servqual se obtendrán los resultados sobre la percepción de los ciudadanos en torno a la calidad del servicio lo cual nos permitirá mejorar en los ámbitos de planificación, ejecución, seguimiento y actualización orientados a garantizar un servicio público de calidad

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL GAD DE AMBATO

1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA DE POSGRADO

1.1. Área de conocimiento

Administración Pública

1.2. Líneas de investigación

1. Administración

2. INFORMACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

2.1. Tiempo de ejecución

Desde septiembre 2019 - abril 2021

2.2. Financiamiento

Tabla 1. Financiamiento

RUBRO DE GASTOS	VALOR
Personal de apoyo	\$400.00
Adquisición de equipos (uso de internet y PC)	\$300.00
Material de escritorio	\$100.00
Material bibliográfico	\$50.00
Transporte	\$200.00
Imprevistos	\$100.00
TOTAL	\$1150.00

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

2.3.Autor

Nombre: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna
Grado académico: Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios
Teléfono: 0998502080 - 032853015
Correo electrónico: tgcherres@hotmail.com

3. DESCRIPCIÓN DETALLADA

3.1.Definición del problema de la investigación

“Enunciar un problema de investigación es relatar una situación que está pasando con un individuo o una institución, indicando las consecuencias y las posibles soluciones, se narra la realidad que se está atravesando y las características más relevantes” (Bernal, 2006).

“El marketing tiene influencia importante en la administración y gestión pública, una de las maneras que emplea es el uso de las TIC, con el objetivo de aumentar la eficiencia, transparencia y capacidad de respuesta a los ciudadanos por medio de la tecnología, tanto en la gestión interna como las relaciones externas con las personas” (Medina, Rufín y Rey, 2013).

El problema radica en el desconocimiento del marketing y dentro del mismo la importancia de la calidad del servicio, el mismo está presente en la mayoría de las actividades que se realizan diariamente, las empresas y profesionales ofertan bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades de los consumidores, partiendo de esto el uso del marketing público y de servicios es idóneo en estudio sobre la calidad del servicio considerando que las instituciones públicas ofrecen servicios a los ciudadanos, entre las instituciones están la empresa eléctrica, empresa de agua potable, ministerios, municipios, entre otras, éstas tienen como objetivo principal dar solución a los requerimientos o problemáticas de la ciudadanía.

Actualmente el uso de la tecnología es prácticamente indispensable y permite al ciudadano realizar varios trámites desde la comodidad de su hogar, es así que, incluso

se pueden realizar consultas de infracciones, planillas por cancelar, impuestos, pagos, generación de turnos entre otros servicios más, los mismos que no son usados por la mayoría de personas, ya sea por desconocimiento, falta de práctica en el uso de equipos o falta de difusión de las instituciones sobre todos los servicios que se ofrecen por ese medio lo que da paso a una mejora en la calidad de los servicios, por otra parte, existen trámites o requerimientos que obligan al ciudadano a acercarse a la entidad para realizarlo de forma presencial en la institución, es allí cuando la persona debe reorganizar sus actividades con el fin de llegar al horario de atención preestablecido, sin embargo, ¿cuánto tiempo le toma realmente al ciudadano realizar su solicitud y obtener una respuesta favorable?, comúnmente se escucha a personas al salir de la entidad indicando que no fue suficiente el tiempo, deben retornar otro día, les solicitaron más documentos o simplemente el servicio que recibieron no fue el que esperaban, por tanto, ¿el servicio otorgado en el GAD de Ambato es de calidad y da lugar a la satisfacción del usuario?

Por consiguiente, la realización de un estudio para conocer la situación de la institución, su forma de tratar al ciudadano y si el mismo queda satisfecho con el trato recibido, es viable y da paso a indagar sobre el tema

3.1.1. Delimitación del objeto de investigación

Campo: La investigación se realizará en el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la ciudad de Ambato, considerando que la institución ofrece un servicio público a la ciudadanía.

Área: Corresponde al área de información general del GAD de Ambato que tiene contacto directo con el ciudadano.

Aspecto: La investigación da lugar a un análisis que indique la calidad (buena o mala) del servicio que otorgan los funcionarios que laboran en el área de información del GAD.

Delimitación espacial. - GAD de la ciudad de Ambato.

Delimitación temporal. - Año 2020 (Desarrollo de la investigación)

3.2. Objetivos de la investigación

3.2.1. Objetivo general

Determinar la percepción de la calidad del servicio en los usuarios del GAD Ambato.

3.2.2. Objetivo(s) específico(s)

- Diagnosticar la situación actual del GAD de Ambato en cuanto a la calidad del servicio en el área de información general.
- Examinar el proceso que siguen los ciudadanos hasta ser atendidos por un funcionario público en el GAD de Ambato.
- Medir la calidad del servicio a través del modelo SERVQUAL de los diferentes procesos que maneja el área de información general del GAD de Ambato.

3.3. Justificación de la investigación

Se comprende que la administración actualmente posee un gran avance en los últimos años para el progreso tanto de actividades como de procesos dentro de las instituciones ya sean privadas o públicas, enfocadas al sector público se puede indicar que ocupa un importante lugar en el ámbito de gestión por lo cual es indispensable el enfoque hacia el análisis de la calidad el servicio, el mismo que debe ser eficiente y de calidad hacia los clientes o ciudadanos como se los conoce en el sector público. La importancia del marketing de servicios se concentra en las mejoras en cuanto a la calidad del servicio del sector público, específicamente de una institución como el gobierno municipal es de gran importancia una mejora continua debido a que “las acciones para la mejora de la calidad pretender resolver problemas de fiabilidad, planificación o alcance de objetivos” River (2000) lo cual beneficiaría en gran parte a la institución.

El servicio en el sector público generalmente ha sido catalogado como deficiente, sin embargo, se ha visto una mejora en los últimos años lo mismo que permite que la confianza del ciudadano hacia los servicios del sector público se reestablezca, los servicios públicos son de gran importancia debido a que están a disposición de todas las personas, pero no basta con ofrecer el servicio, lo importante son los servicios de calidad que darán paso a la satisfacción de los ciudadanos. No es suficiente con la existencia servidores públicos, bienes y un régimen jurídico especial para suministrar servicios públicos, es preciso responder una necesidad de carácter general, con enfoque social. Las necesidades sociales, demandas, reclamos, son los que actúan en la creación y el funcionamiento de tal o cual servicio; todo lo que sea necesario, beneficioso y oportuno para la sociedad, establece la creación de un servicio. La necesidad enuncia los deseos y exigencias de la colectividad de abastecerse de todo aquello que le pueda producir satisfacción. A medida que existes una satisfacción social, como educación, trabajo, transporte se van generando un sinnúmero de nuevas necesidades por cubrir.

En Latinoamérica y en el país es evidente la ineficiente administración que ha tenido el sector público, entendiéndose desde un principio que la administración pública es un

“estudio interdisciplinario, más no una disciplina o teoría básica, está basada en la ciencia política y cuenta con una relación genética y lógica” Sánchez (2001), la sociedad siempre va a depender de los servicios públicos, están varias instituciones al servicio como hospitales, registro civil, ministerios, gobiernos municipales, etc., al mejorar la calidad de los servicios públicos no sólo se verá beneficiada la institución y sus funcionarios sino la sociedad en general, los tiempos de espera se reducirían, el ambiente mejoraría, las personas podrían realizar sus trámites a tiempo, la capacidad de respuesta a la interrogantes sería específica, entre varios beneficios más. Los resultados de la investigación nos permitirán tener una visión clara de cuál es la situación actual en cuanto a la calidad del servicio en el GAD de Ambato, al definir sus aciertos o fallos se pueden realizar correcciones en fin a una mejora general para la institución lo cual se obtendrá al conocer la opinión real de los ciudadanos respecto a los servicios otorgados, conocer la realidad de una manera más cercana y permitir que la opinión ciudadana pueda definir un panorama claro acerca de la calidad del servicio.

Comúnmente se ha dicho que la atención al ciudadano en las entidades públicas es deficiente, generalmente se escuchan quejas, ya sea por la burocracia en los trámites, el desconocimiento de los funcionarios en algunos temas, lo que esperan los ciudadanos de un servicio público es la fiabilidad del trabajo que se entrega, la capacidad de los servidores públicos, la competencia de los funcionarios, la accesibilidad fácil y rápida a los trámites, la información veraz en un lenguaje entendible, la credibilidad y seguridad que garantice compromiso y confidencialidad, factores determinantes de la calidad de un servicio.

La administración pública es considerada un elemento netamente burocrático, debido a la exigencia para cumplir con los procesos de acuerdo con los requerimientos de un directivo, cada departamento o agrupación debe efectuar una determinada actividad y debe ejecutarla respetando el cronograma o tiempo anteriormente establecido, todo estaría monitoreado constantemente una persona de control interno. Los servicios públicos de calidad son el mejor medio para edificar sociedades sostenibles, equitativas y democráticas. La ciudadanía requiere una administración más contigua a sus requerimientos, demandas y necesidades, que respondan de manera clara en un

tiempo prudencia, con servicios de calidad, eficientes, eficaces y transparentes que faciliten los trámites.

3.4. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.4.1. ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

La administración pública es objeto de un estudio realizado después de un extenso proceso gubernamental que tiene como fin la estabilidad y desarrollo del gobierno, partiendo de la historia, las actividades que desempeñan los funcionarios, el desarrollo de técnicas eficientes y la creación de servicios para los ciudadanos (Sánchez, 2001).

La administración pública posee varias influencias, desde económicas hasta legales donde también interviene el gobierno, su burocracia y administración del Estado, la división entre lo público y lo privado, la intervención de poderes como ejecutivo, legislativo y judicial. El gobierno, durante la constitución del Estado liberal construyó una administración pública basada en la economía política y el resguardo de haciendas públicas, pendientes todo el tiempo de los costos, actividades y procesos para llegar a los objetivos por medio de un correcto uso del efectivo y eficientes decisiones para el empleo de los recursos (Pardo, 2016).

3.4.2. LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA – GAD AMBATO

Art. 238: Los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) lo constituyen las juntas parroquiales, concejos metropolitanos, provinciales y regionales, los cuales gozan de autonomía administrativa, política y financiera y se rigen por los principios de solidaridad, austeridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana, por tanto, son instituciones que conforman la organización territorial del Estado Ecuatoriano.

Un GAD que forma a la ciudadanía en una cultura política democrática, no se encarga únicamente de tomar decisiones, además se encarga de la ejecución y mantenimiento de obras y brindar servicios, acorde al fortalecimiento del buen vivir, reconoce los beneficios y necesidades de los ciudadanos y es parte importante en la formación permanente de la ciudadanía.

3.4.2.1. Misión

Promover el desarrollo sustentable del cantón a través de una gestión integral municipal, equitativa e innovadora, con efectividad: de procesos y políticas locales.

3.4.2.2. Visión

Un Gobierno Autónomo eficiente y transparente cimentado en una institucionalidad pública honesta y equitativa caracterizada por la excelente y efectividad que garantiza el ejercicio de los derechos humanos fundamentales articulados con los actores del desarrollo.

3.4.2.3. Objetivos

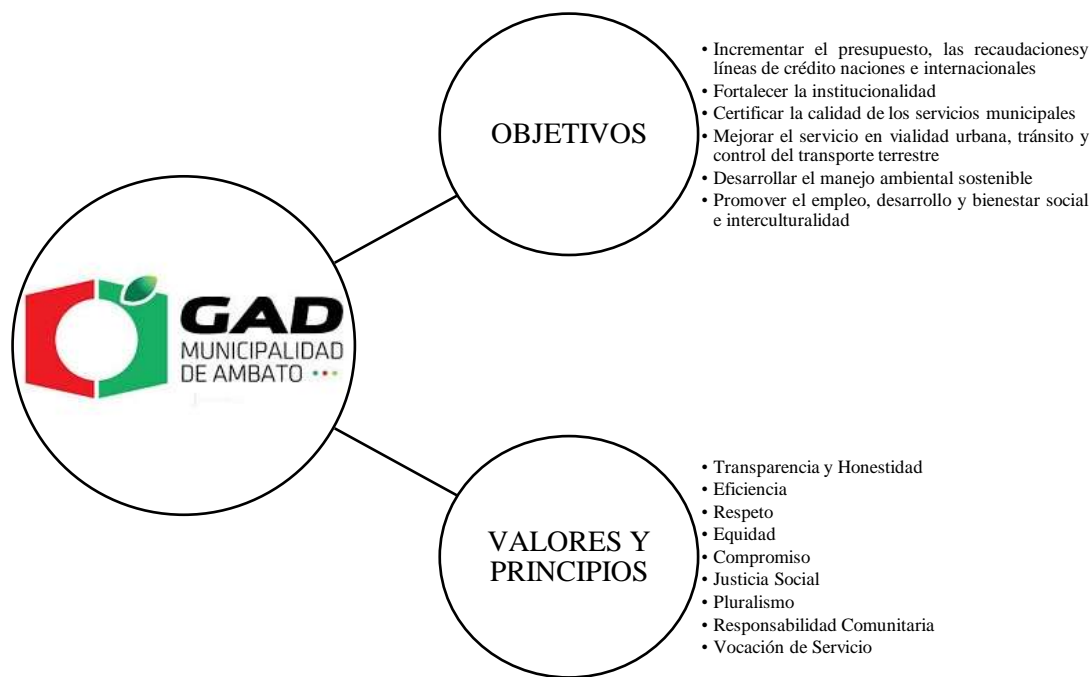


Figura 1. Objetivos GADMA
Fuente: GAD Municipalidad Ambato

Acorde al tercer objetivo del GAD que menciona “certificar la calidad de los servicios municipales” y al principio “vocación de servicio”, es viable el estudio acorde al análisis de la calidad del servicio, los gobiernos autónomos descentralizados tienen como objetivo planificar, gestionar, regular, controlar y organizar los distintos procesos, sin embargo no se trata únicamente de cumplir con la parte administrativa,

existe la importancia de otorgar un servicio de calidad, en las administración pública, los recursos proceden en su mayoría de contribuciones obligatorias (impuestos) que exigen la prestación de servicios a la colectividad de forma gratuita o semi gratuita, la eficacia de los servicios otorgados y la adecuada administración de los recursos deben valorarse por la contribución de los ciudadanos generando satisfacción de las necesidades sociales con un alto grado de cumplimiento de los objetivos, y no únicamente por los resultados sino también en sentido de la correcta ejecución del presupuesto, la institución tiene un fin no lucrativo a sus actividades y financiación, sin embargo en varios casos invalidan la medida del beneficio al ciudadano como indicador de eficiencia y eficacia, que en el sector privado es primordial.

Entre los objetivos en cuanto al proceso para la atención a la ciudadanía acorde al GAD están:

- Brindar un servicio de calidad y cercano a la ciudadanía.
- Acercarse a la ventanilla para atender los requerimientos, acorde al tipo de trámite a realizarse, se identifica la problemática de la ciudadanía, y se generan programas de atención directa y oportuna.
- Recibir la documentación y gestionar la solución plataforma del GAD.
- Evitar duplicaciones para atender de mejor forma al ciudadano y llevar un control del funcionamiento de las dependencias que tienen atención directa a la ciudadanía.
- Velar por el buen servicio y atención a la ciudadanía en todo tipo de trámites que se soliciten en la Ventanilla de Atención Ciudadana.
- Monitorear y ejecutar un seguimiento estadístico al sistema de trámites municipales.
- Facilitar y fortalecer los procesos de cambio organizacional y desarrollo institucional que garanticen el cumplimiento de los objetivos y responda a las demandas y necesidades de la ciudadanía.
- Integrar correctamente la documentación y ordenar todo correctamente para facilitar la búsqueda.

Como es apreciable la mayor parte de los objetivos giran en torno a brindar un servicio de calidad a la ciudadanía basado en el respeto y tolerancia hacia los requerimientos demandados, tomando en cuenta la correcta administración de los recursos públicos y la efectividad de una respuesta concreta y funcional.

3.4.3. MARKETING – MARKETING PÚBLICO

En cuanto al marketing son varios sus conceptos y teorías, Rodríguez (2006) menciona que “el marketing se encuentra en gran parte de las actividades, está relacionado con política, administración, ambiente, deportes y empresas; desde un punto de vista filosófico se encarga del estudio de la actitud, se enfocan en la satisfacción de las necesidades y requerimientos de los consumidores”. Es así que conocer las necesidades o deseos de los ciudadanos enfocados en el sector público es de suma importancia, una persona que se va insatisfecha por la mal servicio o falta de interés a sus peticiones no regresará o se receptorá una queja lo que acarreará una multa y por consiguiente se creará una mala imagen de la empresa o institución.

Por otra parte, Kotler y Amstrong (2003) acotan que la función del marketing se concentra en la creación de valor y satisfacción, siguiendo la filosofía institucional, cabe recalcar que el correcto empleo del marketing llevará al éxito a la organización, los distintos cambios políticos y sociales han sido una oportunidad de intervención para el marketing, el cual es visualizado de varias formas, sin embargo, detrás de cierta valla, afiche o publicidad está un amplio equipo de trabajo generando nuevas ideas que posicionará a la entidad en la mente del consumidor.

Varias personas relacionan al marketing directamente con ventas o anuncios, pero es imprescindible conocer que va más allá de dar a conocer un producto o servicio, el marketing como ciencia tiene como principal fin la satisfacción de las necesidades, desarrollando productos o servicios que de forma eficiente responderán a los distintos

requerimientos o demandas de los individuos, es considerado un proceso social y administrativo que incluye factores como oferta, demanda, experiencias, valor, calidad, buen servicios entre otros para lograr fidelización.

3.4.4. APLICACIÓN DEL MARKETING EN EL SECTOR PÚBLICO

El marketing al ser aplicado al sector público será una herramienta que permita el desarrollo de la eficiencia y eficacia en los procesos, la optimización de los recursos del estado, los cuales se conoce no son reembolsables y responderá a las necesidades del ciudadano, de entre varias técnicas se puede elegir una que tenga un gran impacto a nivel social dando lugar al descubrimientos de nuevas oportunidades para cubrir los deseos de los sectores que aún no son atendidos, tiene como objetivo “favorecer las alianzas que incluyen el intercambio de servicios del Estado hacia la ciudadanía, descartando las acciones administrativas hacia un ideal, sino a la transmisión de beneficios sobre causas sociales” (Covadonga y Echevarría, 2003).

Según Gutiérrez (2006) “la eficiencia en el sector público está relacionada con el comportamiento económico y la maximización en un bienestar común, desenvolviéndose en un entorno de productividad donde los ciudadanos tienen un sinnúmero de exigencias, por lo cual se debe tomar en cuenta el coste-beneficio y se deben tomar decisiones basadas en el mismo”.

3.4.5. MEJORAS EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA POR EL EMPLEO DEL MARKETING:

OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PÚBLICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto limitado • Demanda real
OPORTUNIDADES COMERCIALES PÚBLICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos deseos y necesidades
SEGMENTACIÓN DE MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> • Correcta distribución de recursos
MEJORA DE LA ANTECIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada al ciudadano
AUMENTO DEL RENDIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora por motivación a los servidores públicos
MEJORA DE IMAGEN	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen atractiva
LEGITIMIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de la democracia

Figura 2. Mejoras de la administración pública

Fuente: (Kotler y Armstrong, 2003)

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

Las instituciones públicas se deberían caracterizar por prestar un servicio más eficiente en servicio a la ciudadanía acorde a sus necesidades.

3.4.6. CONVERGENCIA ENTRE EL MARKETING Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



Figura 3. Convergencia entre el Marketing y la administración Pública

Fuente: (Rufín y Medina, 2012)

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De este modo, el marketing interviene de manera directa en cuanto al tema de la administración pública y la relación que tiene con la calidad del servicio, por tanto, es importante mencionar los tipos de marketing que actúan en el tema tratado entre los cuales están:

3.4.7. MARKETING DE SERVICIOS

“La palabra servicio puede ser definida desde muchos enfoques, pero la característica común es que un producto o servicio satisfaga la demanda del consumidor, en general los servicios se consideran actividades intangibles que proporcionan bienestar” mencionado por (Cubillo y Cerviño, 2008). Las necesidades son ilimitadas y más si se habla de una entidad pública brindando servicio a los ciudadanos, sin embargo, debe existir una preocupación por responder a la mayor parte de dudas que surgen o a la solución de inconvenientes que una persona pueda solicitar.

“El predominio de los objetos públicos en la prestación de los servicios públicos no puede justificarse bajo argumentos económicos sino basados en la equidad y justicia social; la relación que existe entre los servicios públicos y las personas que lo emplean los denominan como ciudadanos más que como consumidores debido a que los servicios públicos generan beneficios a la ciudadanía en general” (Rufín y Medina, 2012). Según las instituciones del sector público al manejarse bajo la gestión pública deben:

- Funcionar como una empresa de servicios
- Tratar al ciudadano como un cliente
- Modificar sus estrategias y modelos de gestión bajo un marketing de servicios como instrumento clave de la gestión estratégica y operativa.

La vocación del servicio de los administradores públicos posee una problemática general sin resolución que es producir servicios públicos de calidad con altos niveles

de eficiencia, esa vocación permitiría generar un vínculo con el ciudadano considerándolo un cliente, esto lo permitiría un marketing de servicios por medio de modelos o instrumentos de gestión pública. Por otra parte, el mercado de servicios públicos permite el intercambio de servicios públicos, de esta naturaleza se derivan: el carácter complejo y diferente del cliente de los servicios públicos y el carácter normativo del equilibrio entre la oferta y la demanda de los servicios públicos. La condición de los servicios públicos es un modelo de intercambio directo, equilibrado y voluntario que gobierna en un escenario público (Rufín y Medina, 2012).

3.4.8. MARKETING POLÍTICO

Para Ramírez (2007) “el marketing político es una parte del marketing no lucrativo y consigue la evolución del mercadeo y los procesos de mercadotecnia aplicados a una campaña política, es considerado un sistema de acción que provoca el estímulo entre agentes de la sociedad incluyendo así instituciones y ciudadanos”. Este tipo de marketing persigue la satisfacción colectiva de las necesidades, o al menos responder a las principales obteniendo una “complacencia” por parte del ciudadano a través de planes y programas que beneficien a la sociedad, todo encaminado a un fin político.

Los expertos en marketing político y los candidatos para obtener un cargo público indican que cada campaña debe ser única e irrepetible, porque cada escenario es distinto, tanto en entorno como situación, por tanto, es importante planificar, organizar y realizar acciones acertadas para ganar en una elección, las personas (Richard, Batlle, & Caballero, 2015)

Es importante mencionar al marketing político dentro del tema, debido a que tiene una gran repercusión acorde a la forma en la que las autoridades del GAD manejan la parte administrativa, al personal que es parte de la institución, y la calidad de servicio que ofrecen a la ciudadanía, muchas de las veces un partido político ya cuenta con las

personas que van a colaborar por el período de tiempo que el alcalde se mantenga en el poder, pero, ¿las personas que van a trabajar tienen en perfil idóneo y están capacitados para el puesto? O, simplemente son personas que esperan su pago por el apoyo que dieron en la campaña sólo con el fin de ocupar un cargo público, es un subtema muy importante que se debe indicar.

3.4.9. MARKETING SOCIAL

El marketing social es “un aspecto donde una institución tiene como fin estimular y aceptar ideas o comportamientos sociales que representen un beneficio a la sociedad e impedir comportamientos que perjudiquen a la colectividad, se encarga de diseñar e implantar programas de ayuda social” Alonso (2006) , es un marketing que recepta pensamientos, opiniones o comportamientos para la resolución de cuestiones de índole público, se preocupa por los problemas sociales e intenta dar soluciones efectivas.

Además, puede definirse como un intercambio de opiniones, conductas y valores dentro de una institución o grupo social las mismas que intervienen de una forma beneficiosa para la sociedad en general, priorizando sus derechos de la vida de personas, flora y fauna (Soret, 2012).

3.4.10. MARKETING NO LUCRATIVO

El marketing social es “un aspecto donde una institución tiene como fin estimular y aceptar ideas o comportamientos sociales que representen un beneficio a la sociedad e impedir comportamientos que perjudiquen a la colectividad, se encarga de diseñar e implantar programas de ayuda social” Alonso (2006) , es un marketing que recepta pensamientos, opiniones o comportamientos para la resolución de cuestiones de índole público, se preocupa por los problemas sociales e intenta dar soluciones efectivas.

“El sector no lucrativo es un tema al que no se le ha dado la debida importancia, aunque en los últimos años se ha ido desarrollando por las instituciones que lo conforman, estudios referentes se enfocan en la investigación del público objetivo, segmentación, marketing mix, estrategias, análisis FODA y aplicar las conclusiones de acuerdo a todo lo estudiado” acotan (Cubillo y Cerviño, 2008). Se realizan actividades que incluyan ideas y servicios para la mejora continua, anteriormente se lo denominaba marketing no empresarial, aunque también bajo este concepto se manejan instituciones privadas como ONG ninguna tiene el ánimo de generar lucro o ganancia sino una ayuda a nivel social.

3.4.10.1. CARACTERÍSTICAS MARKETING NO LUCRATIVO



Figura 4. Características del Marketing no lucrativo

Fuente: (Cubillo y Cerviño, 2008)

Elaborado por: Cheres Cordovilla Tannia Giovanna

3.4.11. CALIDAD DEL SERVICIO - EN EL SECTOR PÚBLICO

3.4.11.1. CALIDAD

Para comprender el concepto en general se debe entender que “calidad es un conjunto de aspectos y características de un servicio o bien que provocan la satisfacción de necesidades de los clientes, está asociada con un análisis metódico e independiente que ayuda a determinar los resultados relativos a un buen producto” (Equipo Vértice, 2008). Por otra parte, “la calidad está relacionada con el conjunto de características que un producto o servicio promete para la satisfacción de una necesidad o exigencia de un cliente” indica (Castañeda, 2010). Para Vargas (2010) “la calidad y el servicio son dimensiones que están sujetas a un mismo fin, brindar satisfacción al cliente, no exclusivamente respondiendo a sus necesidades, sino que se dirigen a formarse como un factor competitivo, es así que se debe comprender que la calidad va más allá del proceso de producción, depende de la colaboración de todas las áreas de una empresa”. El término calidad se ha ido extendiendo desde las entidades privadas a las entidades públicas orientadas a la buena atención al ciudadano y a la mejora en su desempeño. La calidad engloba:



Figura 5. Calidad del servicio

Fuente: (Castañeda, 2010)

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

3.4.11.2. TIPOS DE CALIDAD

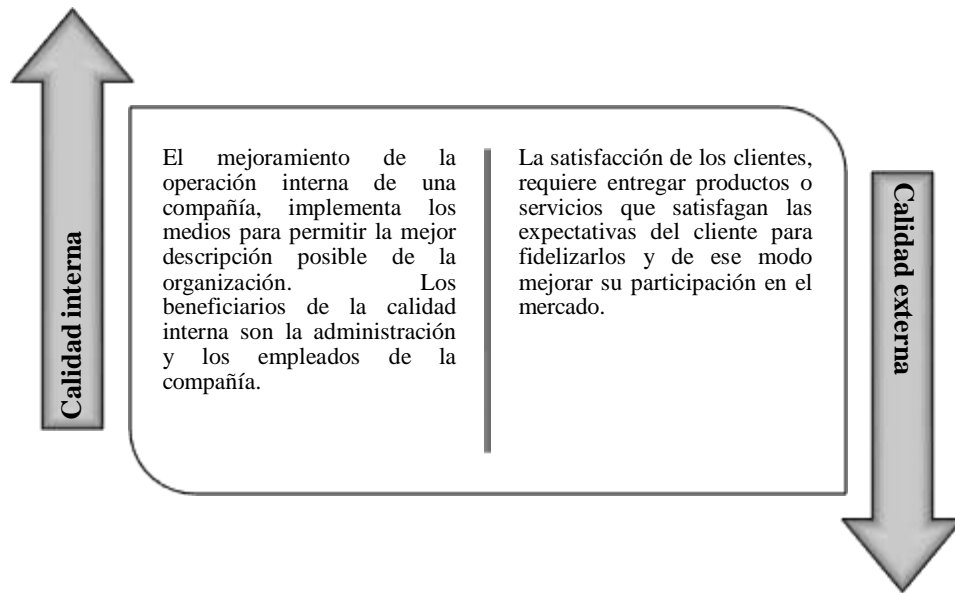


Figura 6. Tipos de servicio

Fuente: (Equipo Vértice, 2010)

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

3.4.12. SERVICIO

Según Paz (2015) “el servicio al cliente es un factor de suma importancia, intangible al hablar de calidad, confianza o riesgo, los clientes califican a la empresa o institución por medio del servicio que reciben durante el proceso de compra o adquisición de un servicio lo cual fijará el éxito o fracaso de la misma”. “En varias empresas la forma más segura de elevar las ventas es a través de un servicio de calidad, estableciéndolo como una estrategia de beneficio ajustado a características como innovación y desarrollo de nuevos productos, para lograr brindar un buen servicio se debe considerar lo siguiente” (Tschohl, 2011):

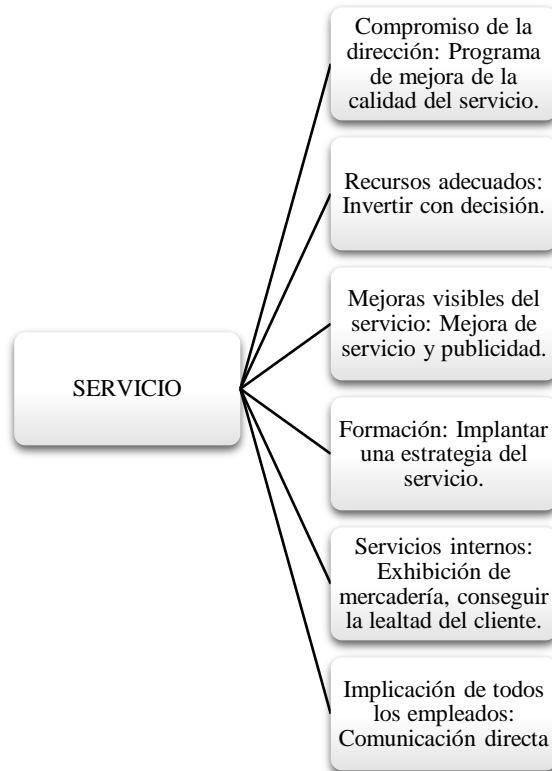


Figura 7. Servicio

Fuente: (Tschohl, 2011)

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

Otorgar un servicio de calidad ha sido catalogado como un factor de gran importancia en toda institución, para conseguirlo es necesario cumplir con indicadores que permitan conocer sobre la calidad del servicio, se debe recopilar información sobre las necesidades y expectativas de los clientes a partir de la percepción que tienen de un servicio, debido a esto se encuentran varias herramientas que permiten medir la calidad de los servicios, destacándose el modelo SERVQUAL, “un servicio es un tipo de bien en el que predominan los intangibles, el mismo que puede sentirse”. (Arciniegas y Mejías, 2017).

3.4.12.1. TIPOS DE SERVICIO

Entre los tipos de servicio están:

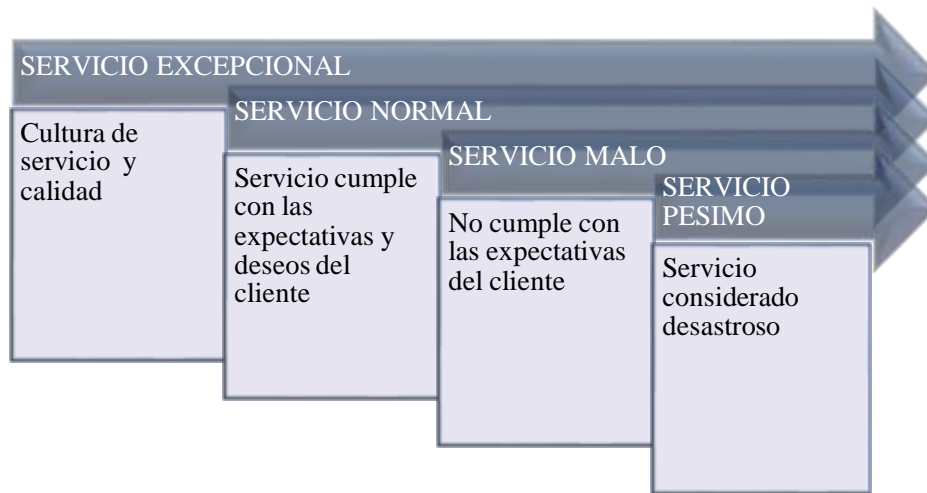


Figura 8. Tipos de servicios

Fuente: (Tschohl, 2011)

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

3.4.13. SERVICIO PÚBLICO

Los servicios públicos son actividades que realiza el Estado regido por disposiciones y reglamentos vigentes, de interés general y se rigen por la administración pública. Los servicios cuentan poseen una importante cualidad mencionada como “consistencia” lo que quiere decir que es continua y a largo plazo. Al mencionar servicios de calidad en el sector público se debe considerar que es una exigencia constitucional y obligación de la administración pública, los recursos con los que el Estado cuenta son limitados y satisfacer las necesidades de todos los ciudadanos es una tarea evidentemente imposible, sin embargo, al ofrecer un buen servicio al primer requerimiento del ciudadano aumentará la credibilidad de la institución considerándola eficiente, no será necesario que el ciudadano regrese varias veces por la misma interrogante debido a que se ha resuelto el problema de forma inmediata. La actividad de la administración pública tiene características específicas como genera interés y satisfacción en los usuarios, como tendencia general resulta que los ciudadanos están ligeramente satisfechos con los servicios de las instituciones públicas, sin duda, siempre hay cosas

por mejorar y que mejor que adoptando medidas de corrección oportunas (Bigné, Moliner, Vallet, y Sánchez, 1997).

El concepto de servicio público debe dejar de devaluarse y discontinuar la ineficiencia en los procesos y resolución de problemas frecuentes, debido a que todos los recursos malgastados perjudican irremediablemente al Estado, es una tarea para los funcionarios públicos trabajar con responsabilidad social, honestidad, compromiso, agilidad, eficiencia y mejora continua para lograr una adecuada gestión de la calidad, reduciendo costos y tiempos ociosos que también perjudica a la economía del país. La calidad en la gestión pública puede ser medida en función a la capacidad que tiene un funcionario para satisfacer las expectativas y necesidades de los ciudadanos acorde a los lineamientos de la administración pública tomando en cuenta el interés y expectativas de la sociedad (Arreondo y Gómez, 2017).

Para Setó (2004) “la calidad del servicio ha adquirido protagonismo desde una perspectiva tanto académica como práctica, es considerada un arma estratégica para la supervivencia de una empresa o institución en el mercado competitivo”. La evolución de la calidad del servicio da paso a la satisfacción del cliente, su fidelización y despierta el interés por volver para la resolución de conflictos futuros. La calidad resulta de un esfuerzo eficaz que realizan todos los funcionarios de una institución, el cliente o usuario toma en cuenta varios aspectos como confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía, los cuales generan las percepciones de calidad dando lugar a un compromiso mayor por parte del funcionario para atender ágilmente cualquier solicitud, más aún en el sector público donde las expectativas de los ciudadanos son superiores (Ibarra, Espinoza y Casas, 2014).

Tanto instituciones privadas como públicas deben asumir su calidad del servicio con gran importancia para conseguir éxito, un alto nivel en la calidad del servicio otorgará beneficios a las empresas, entre los cuales están gran productividad, reducción de

costos, personal motivado, competitividad y lealtad de los usuarios. De este modo, el cliente es quien tiene la capacidad de determinar si un producto o servicio es de calidad o no, por tanto, tiene la capacidad de dar una opinión o juzgar la calidad, los demás comentarios serán irrelevantes (Arciniegas y Mejías, 2017).

3.4.14. CADENA DE VALOR

“Es de suma importancia contar con un equipo de trabajo que cuenta con buena actitud, multifuncional, enfocado en responder a las solicitudes de los clientes y a la realización de acciones integradas” (Kotler y Amstrong, 2003). Al contar con personal capacitado y preparado para la resolución pronta de problemas, se agilizarán todos los procesos en la entidad que brinde servicios rápidos y eficientes lo cual conllevará a la disminución de gastos junto con el incremento de ganancias en el sector privado, y la oportunidad de reasignar costes en el sector público.

3.4.15. CLIMA ORGANIZACIONAL

Uno de los factores que influyen son las percepciones y opiniones de las personas las mismas que generan un concepto acerca del clima organizacional, a su vez definen el ambiente laboral el cual influye en el comportamiento, actitudes y relaciones de las personas, todo en conjunto dan paso al mejoramiento continuo de la organización debido a que se identifican procesos y elementos clave que incrementan la calidad laboral y por consiguiente la calidad del servicio. Es considerado un fenómeno que agrupa características, las cuales van definiendo la personalidad de la institución diferenciándola de otras instituciones; enfocados en instituciones públicas el clima organizacional es de suma importancia debido al impacto que puede tener en sus resultados y el desarrollo profesional y personal de los servidores públicos, quienes deben encaminar sus acciones en torno a la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos (Bernal, Pedraza y Sánchez, 2014).

3.4.15.1. MODELO DE CLIMA ORGANIZACIONAL

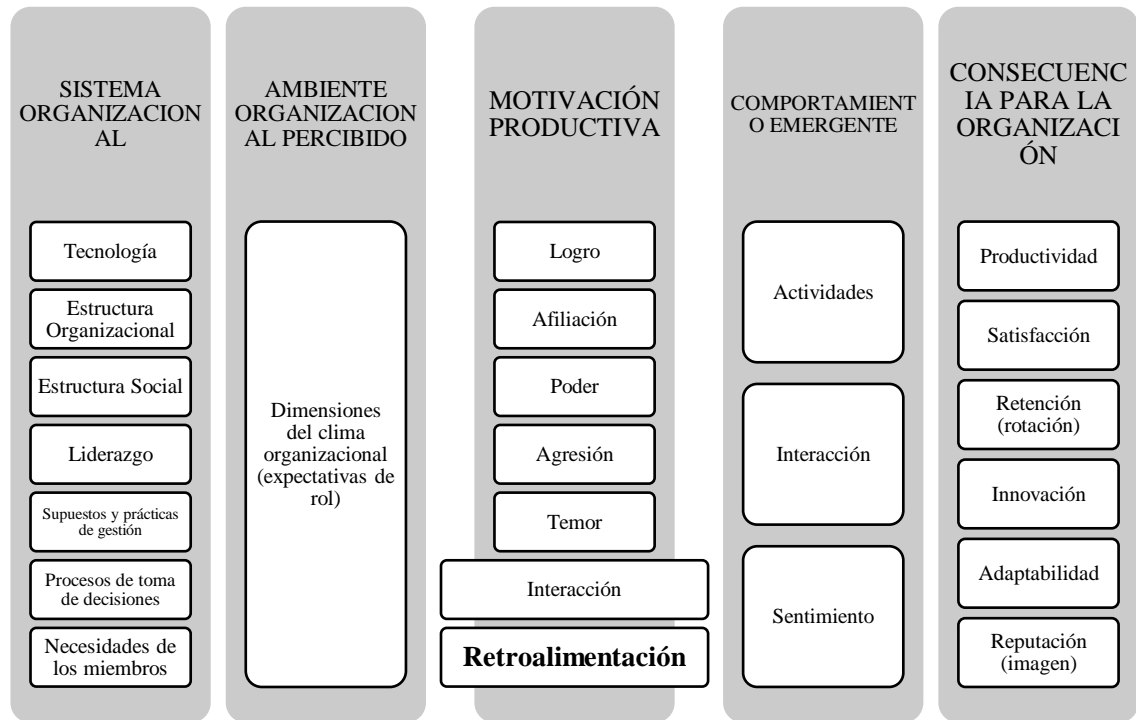


Figura 9. Modelo de clima organizacional

Fuente: (Bernal, Pedraza y Sánchez, 2014)

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El clima organizacional es considerado un componente de cultura, lo conforman elementos puntuales que distinguen una organización de otra, describe a la organización y se relaciona con las características internas y externas del ambiente laboral las cuales crean percepción en los empleados e influyen en su comportamiento y desenvolvimiento, aportan al desarrollo y cambio efectivo. En función a enfoques es percibido como un ambiente que refleja facilidades o dificultades que influyen en el desempeño de un funcionario, a más de varios factores como estructuras organizativas que facilitan o limitan el logro en calidad al cumplimiento de los objetivos organizacionales. De este modo, para comprender el clima de una organización es preciso entender el comportamiento de las personas, la estructura de la organización y los procesos que se desarrollan en la misma (Segredo, 2013).

3.4.16. MODELO PARA MEDICION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO – SERVQUAL

Los servicios son intangibles y tienen como objeto brindar la satisfacción del usuario acorde a sus necesidades, presentan características como intangibilidad, heterogeneidad, naturaleza perecedera, producción, consumo, inseparabilidad y tiempo de servicio. La calidad del servicio es el resultado de una evaluación que realiza un consumidor acorde a sus percepciones y expectativas generadas, todo depende del servicio recibido (Matsumoto, 2014).

- **Expectativa:** Son las creencias sobre un servicio, es el punto de referencia para dar un criterio sobre una empresa o institución, las expectativas son cambiantes y pueden generar un criterio sobre el servicio.
- **Percepción:** Están ligadas con las características del servicio como elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, sensibilidad y empatía.

El modelo para medición de la calidad SERVQUAL se publicó inicialmente en el año 1988, es una técnica de investigación para conocer las expectativas de los clientes y su apreciación del servicio, los aspectos cualitativos y cuantitativos, proporciona información y opiniones reales, primeras impresiones, expectativas y percepciones.



Figura 10. Calidad del servicio

Fuente: (Matsumoto, 2014)

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

Este modelo, es un método de investigación muy reconocido, confiable y ampliamente usado, tiene como fin evaluar la calidad del servicio en el área académica y empresarial integrado por sus 5 dimensiones: capacidad de respuesta, fiabilidad, empatía, seguridad y elementos tangibles (Arciniegas y Mejías, 2017).

3.4.17. HIPÓTESIS

La hipótesis está conformada por hipótesis general y las hipótesis específicas.

3.4.17.1. General

La calidad del servicio cumple con las expectativas de los usuarios que acuden al GAD de Ambato.

3.4.17.2. Específicos

- Las instalaciones del GAD de Ambato son idóneas para la atención al ciudadano.
- Los procesos a seguir en el municipio se han simplificado y toman menos tiempo.
- El servicio en el GAD de Ambato genera un clima de confianza y seguridad.

3.4.17.3. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

Como variable independiente está la calidad del servicio y como variable dependiente la percepción del usuario.

3.5. METODOLOGÍA

Al hablar sobre los tipos de enfoque existe la necesidad de una determinación del camino o la metodología a emplear dentro del contexto investigativo, existen varios tipos de enfoques está el enfoque cuantitativo, cualitativo o mixto; de este modo es correcto citar a Bernal, Pedraza, y Sánchez (2014) quienes indican que la investigación de tipo cuantitativa contempla fases como revisión, detección, consulta, recopilación e integración de los datos necesarios para la investigación, por tanto, se considera un enfoque adecuado acorde a la investigación.

Por otra parte tenemos el enfoque cualitativo, el cual acorde a Galeano (2003) es definido como un enfoque de tono investigativo, que se encarga del manejo de datos con niveles altos de confiabilidad, es un enfoque considerado muy útil para una familiarización con un contexto específico, asimismo aporta elementos en la formulación del problema o en una fase descriptiva de la investigación, da lugar a el uso de técnicas interactivas de recolección de información como entrevistas, grupos focales o de discusión, con el fin de llegar a conclusiones veraces, es así que la investigación incluye de este modo un enfoque cualitativo.

El de investigación corresponde a campo, debido a que se aplicará una encuesta con el fin de obtener datos que aporten a la investigación, será aplicada a los usuarios de los servicios que otorga el GAD de Ambato. Para el presente estudio se tomará un enfoque cualitativo debido a que analizaremos características específicas partiendo desde la percepción del ciudadano, sin expresar una categoría numérica, se realizarán una encuesta que dará a conocer la percepción de los ciudadanos sobre el servicio/atención que reciben de los funcionarios. El alcance de la investigación es de tipo descriptivo, ya que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos, en este sentido se analizarán factores como expectativa y percepción del usuario sobre la calidad del servicio en el GAD. El diseño de la investigación es no experimental debido a que la investigación no experimental es está enfocada a estudios cuantitativos, como las encuestas, por tanto corresponde totalmente al estudio, de corte transversal: debido a que es un estudio observacional, se aplica un modelo a una población previamente definida, se obtendrán respuestas después de la aplicación del instrumento

una sólo vez, basado en el modelo de medición de la calidad del servicio SERVQUAL, se aplicará a los usuarios del servicios otorgados por el GAD de Ambato, será una recolección única de datos, se analizará la variable de estudio calidad del servicio, los datos recolectados serán analizados e interpretados para una recomendación final. Se aplicará como herramienta/instrumento una encuesta basada en el modelo SERVQUAL el cual permite conocer factores como expectativa y percepción.

3.5.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1.1. Población

“Es el conjunto de los individuos que cumplen determinadas características y quienes son objeto de estudio, la población abarca varios elementos de los cuales se obtiene datos e información que aportan al estudio general” (Tomás, 2009).

La población de estudio o universo son las personas que se acercan al GAD de Ambato al área de información general hacia los funcionarios que tienen atención directa al público, que tienen como objeto realizar los distintos trámites como pago de impuestos prediales, consultas de multas y requisitos, obtención de turnos y órdenes de pago, entre los demás servicios que otorga la institución.

3.5.1.2. Muestra

“La muestra es la porción de un todo, en un grupo pequeño del universo o población total, es un subconjunto de la población a estudiarse de donde se extrae conclusiones y teorías con características específicas” (Tomás, 2009).

La muestra son las personas que se acercan al GAD de Ambato al área de información general para averiguar la realización de distintos trámites, por el flujo de personas que ingresan a la institución se determina como población infinita.

3.5.1.3. Determinación del tamaño de la muestra

Cálculo de población infinita:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 = 384 \text{ encuestas}$$

3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2. Operacionalización de Variables

Objetivo específico	Hipótesis	Dimensión	Variable	Indicadores	Ítems	Fuente de datos
Diagnosticar la situación actual de los GAD de Ambato en cuanto a la calidad del servicio	Las instalaciones del GAD de Ambato son idóneas para la atención al ciudadano.	Elementos tangibles Seguridad	Calidad	La apariencia del lugar y la percepción del ciudadano	El sitio cumple con los requerimientos del ciudadano Las instalaciones son atractivas Los materiales entregados son de utilidad	Encuesta
Examinar el proceso que siguen los ciudadanos hasta ser atendidos por un funcionario público en el GAD de Ambato.	Los procesos a seguir en el municipio se han simplificado y toman menos tiempo.	Fiabilidad Empatía	Servicio	Los funcionarios poseen habilidades basadas en la eficiencia	El funcionario demora en la atención al usuario El funcionario muestra interés por solucionar los requerimientos del ciudadano	Encuesta
Identificar la percepción acerca del servicio, las interacciones concretas entre funcionario público y ciudadano.	El servicio en el GAD de Ambato genera un clima de confianza y seguridad.	Capacidad de Respuesta Empatía	Confianza Seguridad	El funcionario transmite confianza y es empático con el ciudadano	Conocimiento sobre atención al usuario Capacidad de respuesta Preocupación por el ciudadano Atención personalizada	Encuesta

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

3.7.RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El instrumento que se utilizará será la encuesta, permitirá conocer la opinión de los ciudadanos en torno a la calidad del servicio en el GAD de Ambato, el modelo base corresponde a SERVQUAL.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez recolectada la información acerca de la percepción de la calidad del servicio se ha determinado lo siguiente:

La gran parte de investigaciones existentes sobre la medición de la calidad de servicio y, que fueron recopiladas y revisadas para el presente estudio, tienen como referencia al modelo SERVQUAL, razón suficiente para considerarlo el más adecuado al momento de realizar un programa de medición de calidad de servicio, de este modo una vez aplicado el instrumento se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 3. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FEMENINO	214	55,7	55,7	55,7
	MASCULINO	170	44,3	44,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

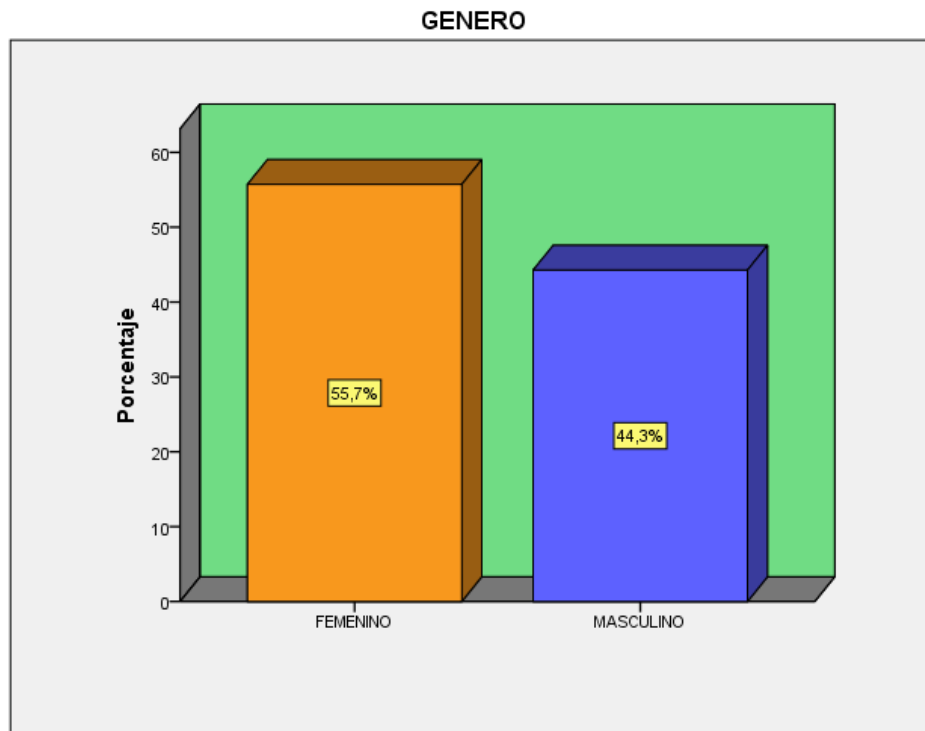


Figura 11. Género

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, por su género han sido clasificadas en femenino y masculino, y se puede observar que la minoría de encuestados son de género masculino con un 44.3% y la mayoría son de género femenino en un 55.7%.

Tabla 4. Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
MAS DE 40	15	3,9	3,9	4,2
31 - 40	124	32,3	32,3	36,5
26 - 30	223	58,1	58,1	94,5
18 - 25	21	5,5	5,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

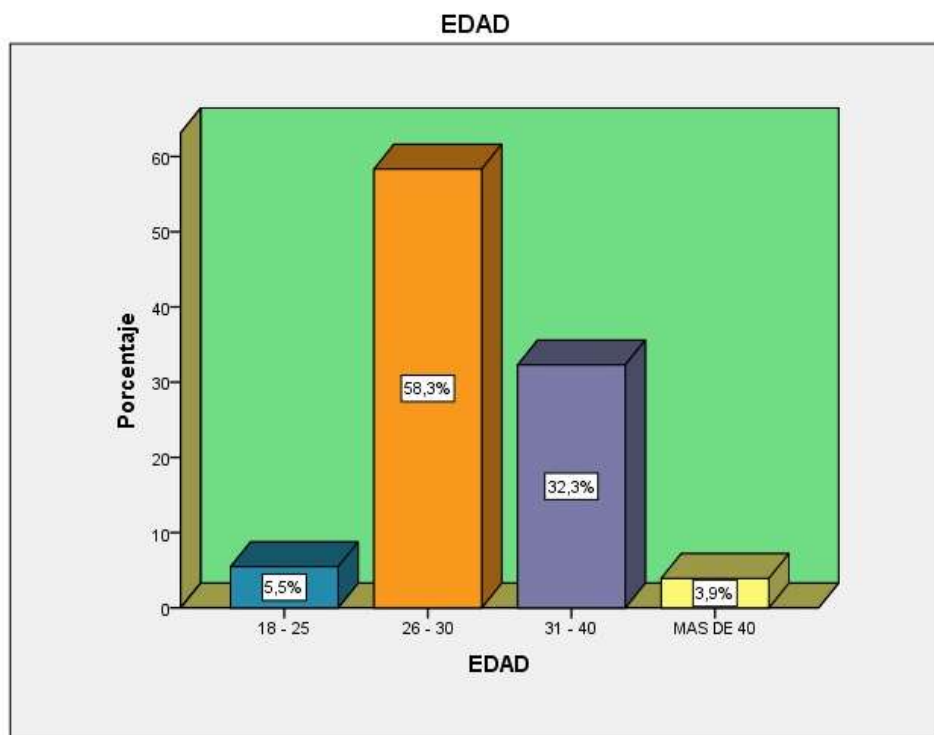


Figura 12. Edad

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, por edad han sido clasificadas por rangos de edad, y se puede observar que el 5.5% de las encuestadas se encuentran en un rango de edad de 18 a 30 años, el 20% está de 31 a 40 años, y el restante 5% tiene más de 40 años y la mayoría son de género femenino en un 70%.

Tabla 5. Nivel de estudios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DOCTORADO	14	3,6	3,6	3,6
	POSGRADO	91	23,7	23,7	27,3
	PREGRADO	257	66,9	66,9	94,3
	BACHILLERATO	6	1,6	1,6	95,8
	BASICO	16	4,2	4,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

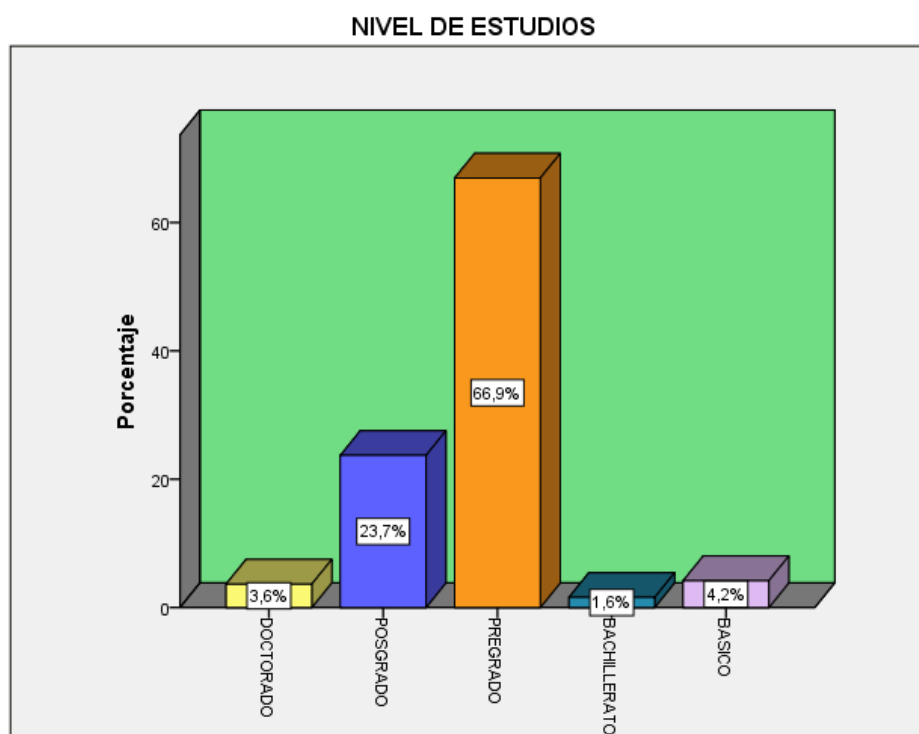


Figura 13. Nivel de estudio

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 60.9% tiene una formación de pregrado, el 23.7% tiene una formación en posgrado, el 4.2% tiene una formación básica, el 3.6% tiene un doctorado y el 1.6% restante es bachiller.

Tabla 6. Los equipos que usa el funcionario público son de apariencia moderna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	47	12,2	12,2	12,2
	Moderadamente de acuerdo	163	42,4	42,4	54,7
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	144	37,5	37,5	92,2
	Moderadamente en desacuerdo	30	7,8	7,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

Los equipos que usa el funcionario público son de apariencia moderna

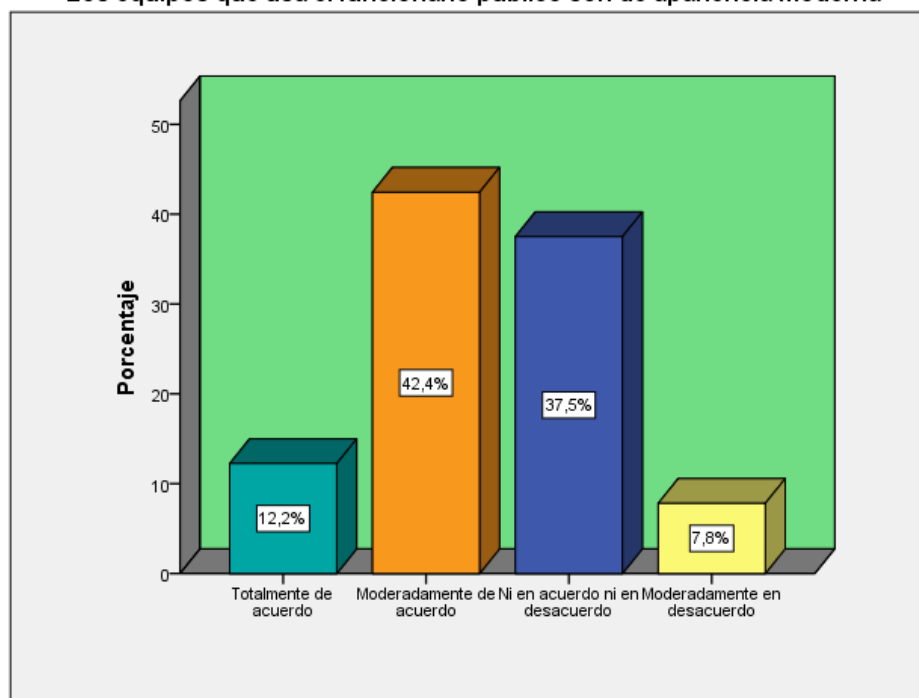


Figura 14. Los equipos que usa el funcionario público son de apariencia moderna

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 42.4% está moderadamente de acuerdo con que los equipos que se utilizan en el GAD son de apariencia moderna, el 37.5% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 12.2% está totalmente de acuerdo y el 7,8% restante está moderadamente en desacuerdo.

Tabla 7. Considera que los materiales entregados (folletos, similares) son útiles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	6	1,6	1,6	1,6
	Moderadamente de acuerdo	116	30,2	30,2	31,8
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	134	34,9	34,9	66,7
	Moderadamente en desacuerdo	58	15,1	15,1	81,8
	Totalmente en desacuerdo	70	18,2	18,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

Considera que los materiales entregados (folletos, similares) son útiles

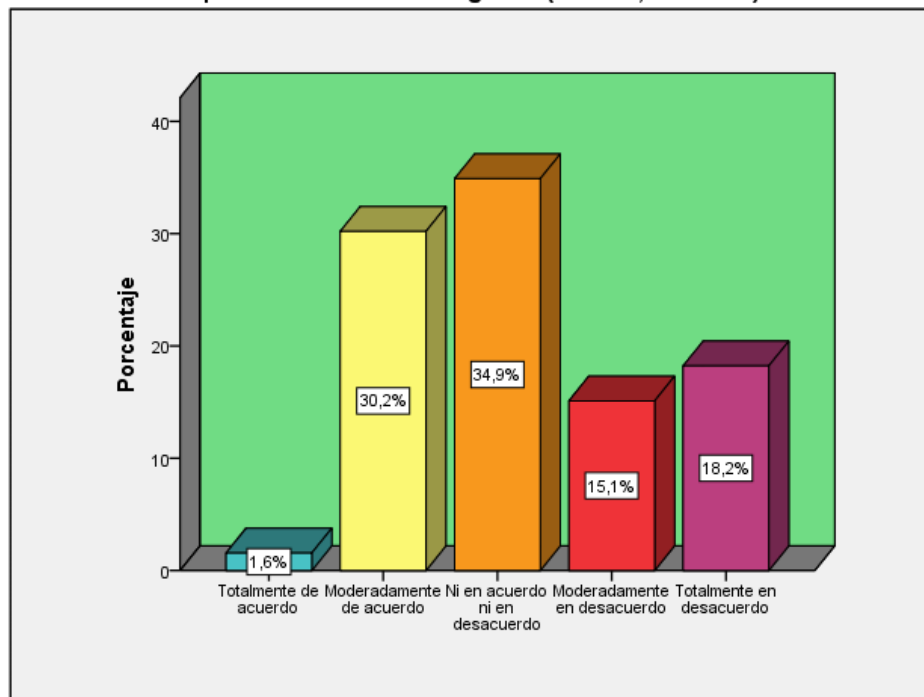


Figura 15. Considera que los materiales entregados (folletos, similares) son útiles

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 34.9% está ni en acuerdo ni en desacuerdo con que los materiales entregados son útiles, el 30.2% está moderadamente de acuerdo, el 18.2% está totalmente en desacuerdo, el 15.1% está moderadamente en desacuerdo y el 1,6% restante está totalmente de acuerdo.

Tabla 8. Las instalaciones físicas son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	101	26,3	26,3	26,3
	Moderadamente de acuerdo	6	1,6	1,6	27,9
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	206	53,6	53,6	81,5
	Moderadamente en desacuerdo	56	14,6	14,6	96,1
	Totalmente en desacuerdo	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

Las instalaciones físicas son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.

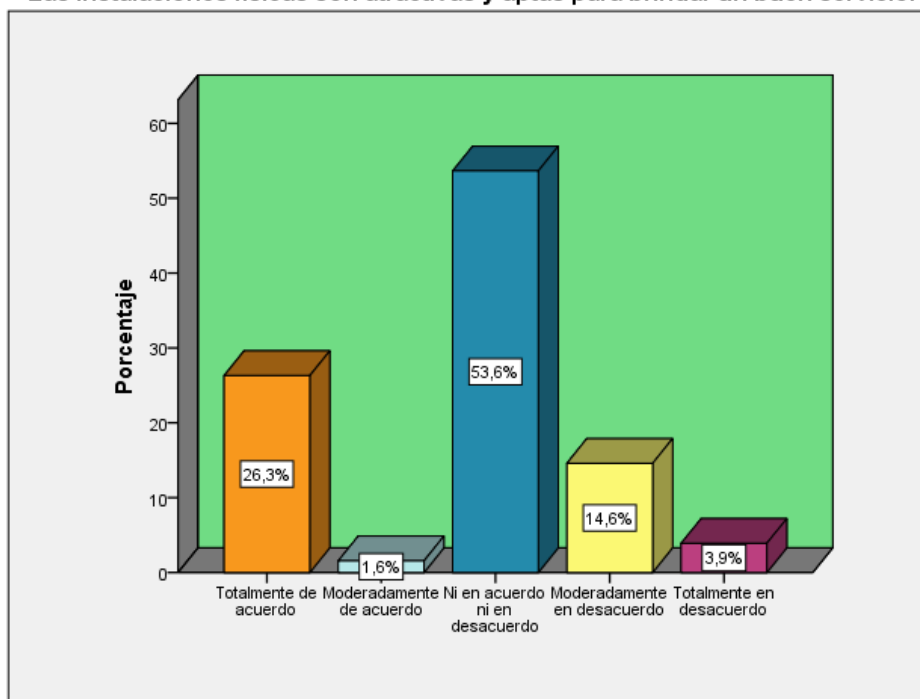


Figura 16. Las instalaciones físicas son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 53.6% está no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con que las instalaciones físicas son atractivas y aptas para brindar un buen servicio, el 26.4% está totalmente de acuerdo, el 14.6% está moderadamente en desacuerdo, el 3.9% está totalmente en desacuerdo y el 1,6% restante está moderadamente de acuerdo.

Tabla 9. El servicio recibido fue como usted lo esperaba

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	17	4,4	4,4	4,4
	Moderadamente de acuerdo	133	34,6	34,6	39,1
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	146	38,0	38,0	77,1
	Moderadamente en desacuerdo	15	3,9	3,9	81,0
	Totalmente en desacuerdo	73	19,0	19,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

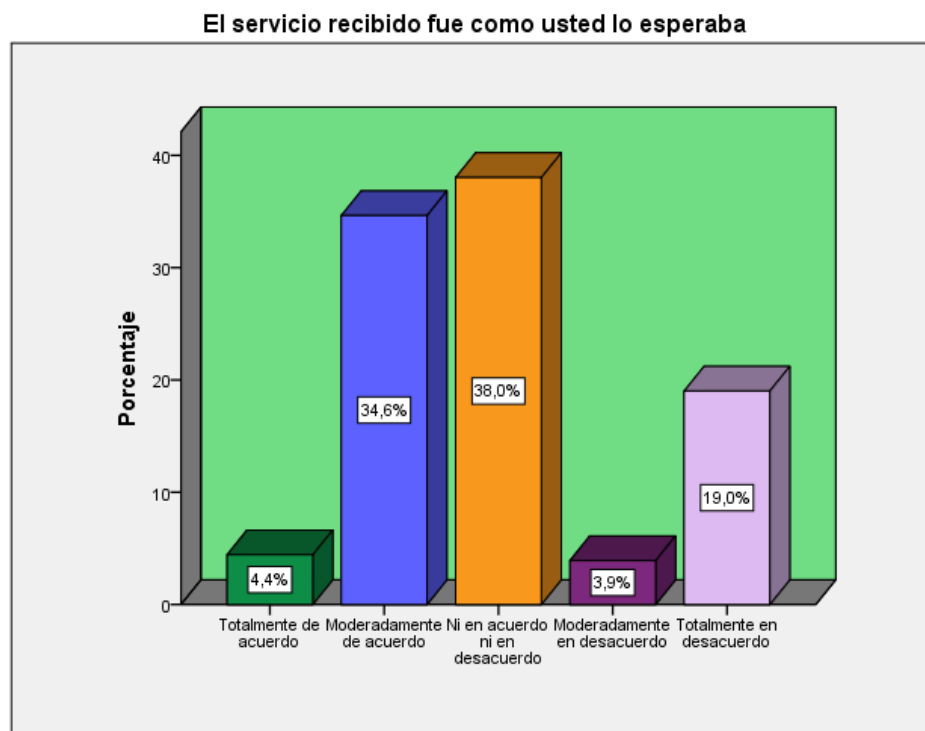


Figura 17. El servicio recibido fue como usted lo esperaba

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 38% está no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con que servicio recibido fue lo que esperaba, lo cual muestra que el servicio no es el más óptimo, el 34.6% está moderadamente de acuerdo, el 19% está totalmente en desacuerdo, el 4.4% está totalmente de acuerdo y el 3.9% restante está moderadamente en desacuerdo.

Tabla 10. El funcionario demoró el tiempo indicado para la resolución del trámite

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	15	3,9	3,9	3,9
	Moderadamente de acuerdo	174	45,3	45,3	49,2
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	120	31,3	31,3	80,5
	Moderadamente en desacuerdo	32	8,3	8,3	88,8
	Totalmente en desacuerdo	43	11,2	11,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El funcionario demoró el tiempo indicado para la resolución del trámite

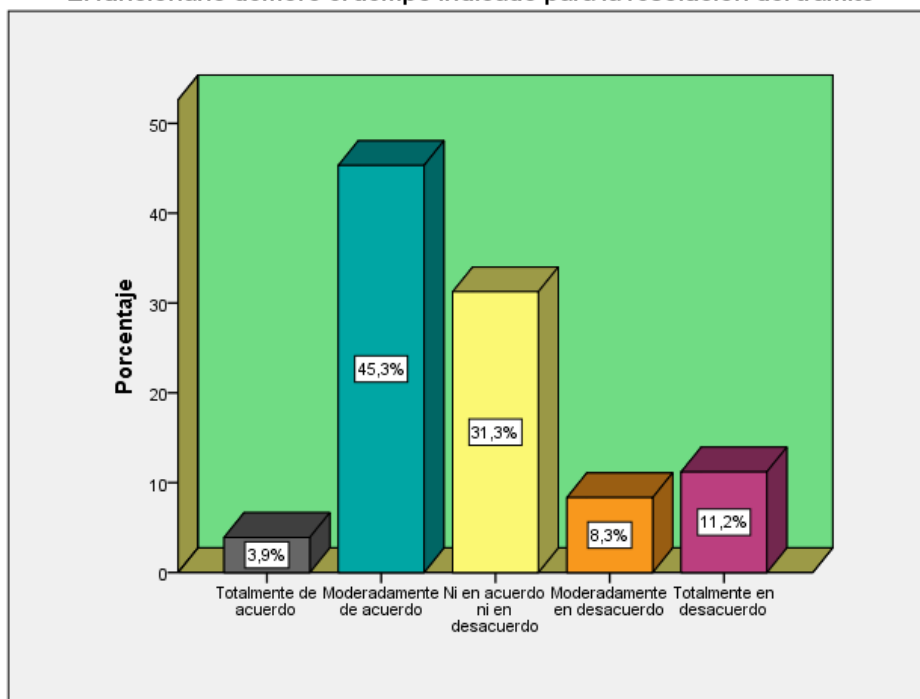


Figura 18. El funcionario demoró el tiempo indicado para la resolución del trámite

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 45.3% está moderadamente de acuerdo con que tiempo usado para la resolución del trámite demoró lo indicado, el 31.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 11.2% está totalmente en desacuerdo, el 8.3% está moderadamente en desacuerdo y el 3.9% restante está totalmente de acuerdo.

Tabla 11. El funcionario muestra interés en ayudar a la resolución de su problema / trámite

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	31	8,1	8,1	8,1
Moderadamente de acuerdo	193	50,3	50,3	58,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	102	26,6	26,6	84,9
Moderadamente en desacuerdo	15	3,9	3,9	88,8
Totalmente en desacuerdo	43	11,2	11,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El funcionario muestra interés en ayudar a la resolución de su problema / trámite

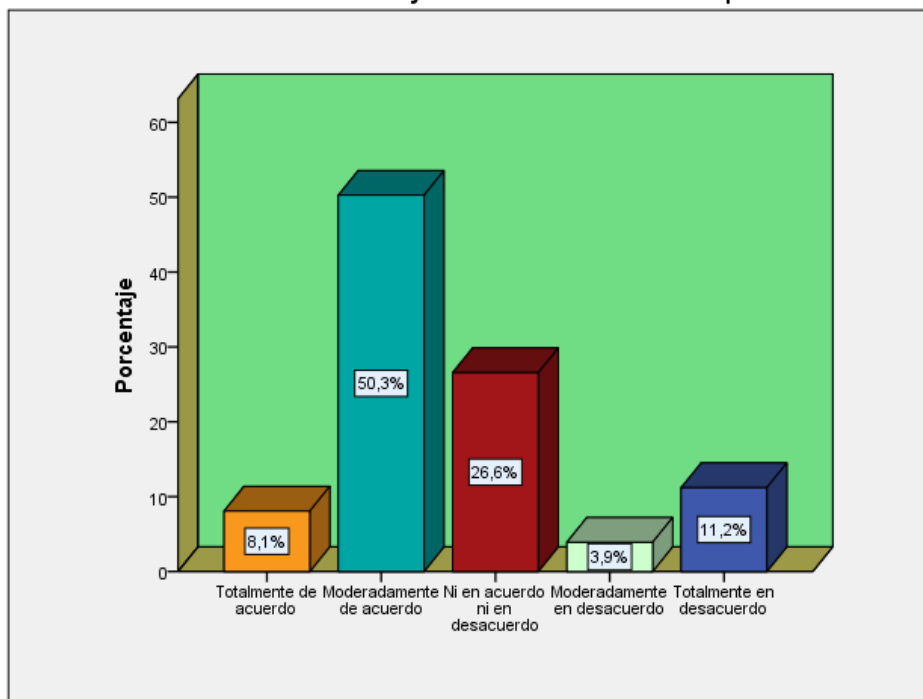


Figura 19. El funcionario muestra interés en ayudar a la resolución de su problema / trámite
Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 50.3% está moderadamente de acuerdo con que el funcionario muestra interés para resolver trámites e inconvenientes, el 26.6% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 11.2% está totalmente en desacuerdo, el 8.1% está totalmente de acuerdo y el 3.9% restante está moderadamente en desacuerdo.

Tabla 12. El funcionario realiza correctamente su trabajo a la primera vez

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	48	12,5	12,5	12,5
Moderadamente de acuerdo	192	50,0	50,0	62,5
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	72	18,8	18,8	81,3
Moderadamente en desacuerdo	58	15,1	15,1	96,4
Totalmente en desacuerdo	14	3,6	3,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El funcionario realiza correctamente su trabajo a la primera vez

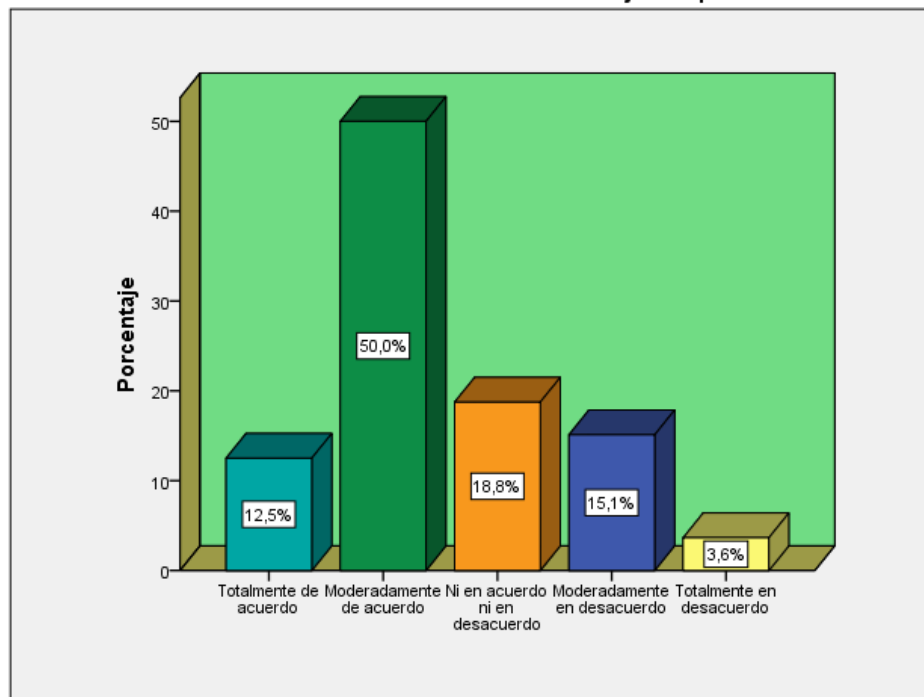


Figura 20. El funcionario realiza correctamente su trabajo a la primera vez

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 50% está moderadamente de acuerdo con que el funcionario realiza correctamente su trabajo a la primera vez, el 18.8% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 15.1% está moderadamente en desacuerdo, el 12.5% está totalmente de acuerdo y el 3.6% restante está totalmente en desacuerdo.

Tabla 13. Se emplean sistemas informáticos en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	24	6,3	6,3	6,3
	Moderadamente de acuerdo	217	56,5	56,5	62,8
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	86	22,4	22,4	85,2
	Moderadamente en desacuerdo	29	7,6	7,6	92,7
	Totalmente en desacuerdo	28	7,3	7,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

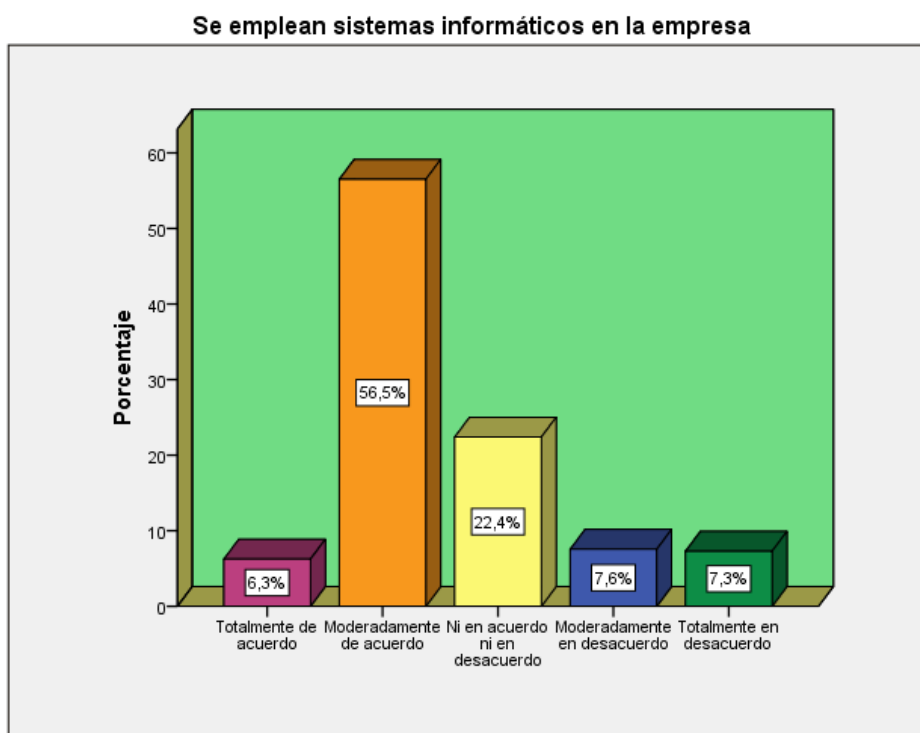


Figura 21. Se emplean sistemas informáticos en la empresa

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 56.50% está moderadamente de acuerdo con que se emplean sistemas informáticos en la empresa, con el fin de optimizar tiempo, el 22.4% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 7.6% está moderadamente en desacuerdo, el 7.3% está totalmente en desacuerdo y el 6.3% restante está totalmente de acuerdo.

Tabla 14. El tiempo que demoró en el trámite fue satisfactorio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	45	11,7	11,7	11,7
	Moderadamente de acuerdo	114	29,7	29,7	41,4
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	164	42,7	42,7	84,1
	Moderadamente en desacuerdo	46	12,0	12,0	96,1
	Totalmente en desacuerdo	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

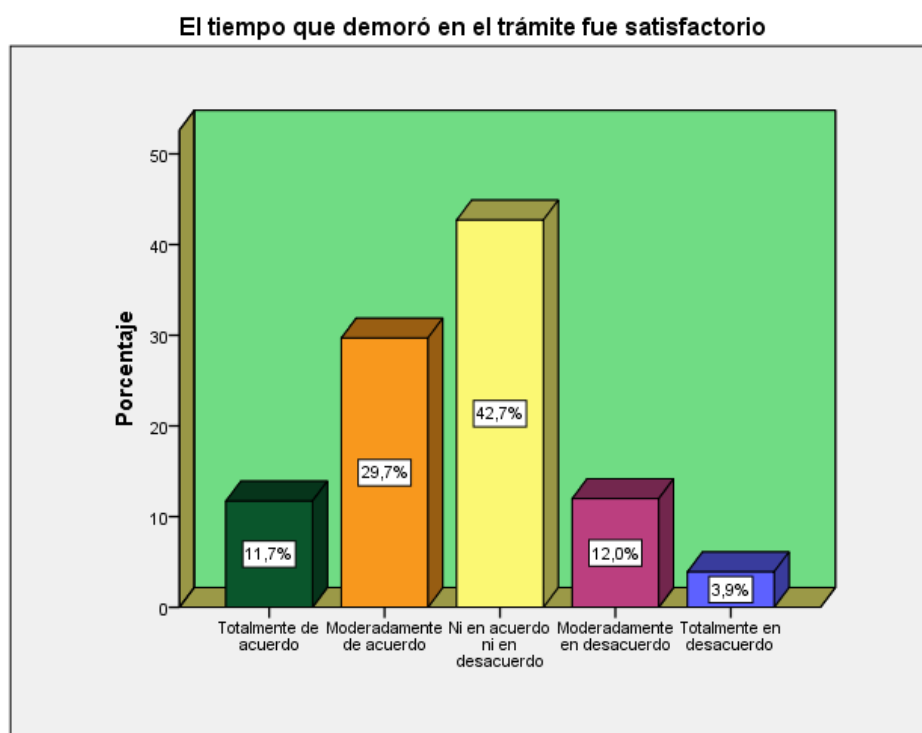


Figura 22. El tiempo que demoró en el trámite fue satisfactorio

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 42.7% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con que el tiempo que demoró el funcionario para resolver el trámite fue satisfactorio, el 29.7% está moderadamente de acuerdo, el 12% está moderadamente en desacuerdo, el 11.7% está totalmente en acuerdo y el 3.9% restante está totalmente en desacuerdo.

Tabla 15. Existe disponibilidad del funcionario en la atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	46	12,0	12,0	12,0
	Moderadamente de acuerdo	114	29,7	29,7	41,7
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	163	42,4	42,4	84,1
	Moderadamente en desacuerdo	32	8,3	8,3	92,4
	Totalmente en desacuerdo	29	7,6	7,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

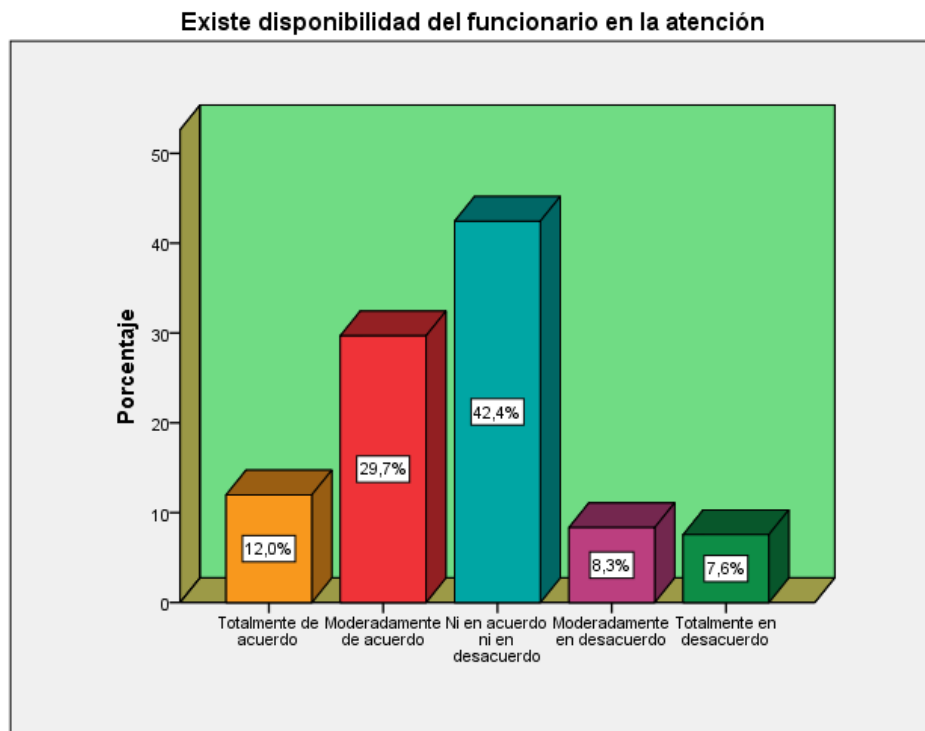


Figura 23. Existe disponibilidad del funcionario en la atención

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 42.4% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con que el funcionario con el que necesitan realizar sus trámites está disponible, lo cual influye en el tiempo de espera del ciudadano, el 29.7% está moderadamente de acuerdo, el 12% está totalmente de acuerdo, el 8.3% está moderadamente en desacuerdo y el 7.6% restante está totalmente en desacuerdo.

Tabla 16. En la resolución de dudas, el funcionario fue ágil con su ayuda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	55	14,3	14,3	14,3
Moderadamente de acuerdo	112	29,2	29,2	43,5
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	160	41,7	41,7	85,2
Moderadamente en desacuerdo	29	7,6	7,6	92,7
Totalmente en desacuerdo	28	7,3	7,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

En la resolución de dudas, el funcionario fue ágil con su ayuda

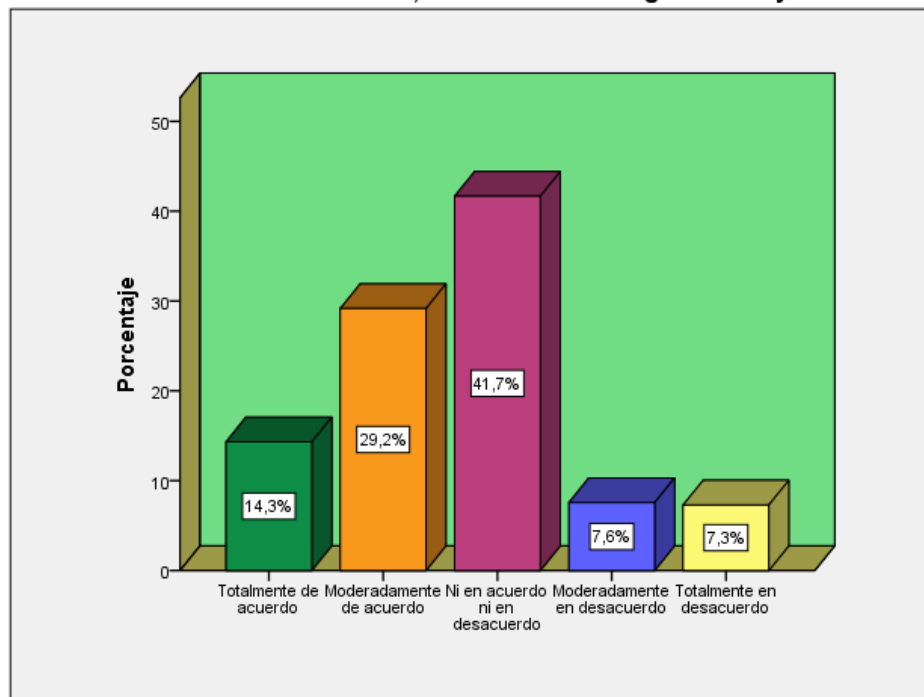


Figura 24. En la resolución de dudas, el funcionario fue ágil con su ayuda

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 41.7% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con que el funcionario es ágil para resolver dudas, el 29.2% está moderadamente de acuerdo, el 14.3% está totalmente de acuerdo, el 7.6% está moderadamente en desacuerdo y el 7.3% restante está totalmente en desacuerdo.

Tabla 17. El comportamiento del funcionario generó un clima de confianza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	60	15,6	15,6	15,6
Moderadamente de acuerdo	159	41,4	41,4	57,0
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	104	27,1	27,1	84,1
Moderadamente en desacuerdo	18	4,7	4,7	88,8
Totalmente en desacuerdo	43	11,2	11,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El comportamiento del funcionario generó un clima de confianza

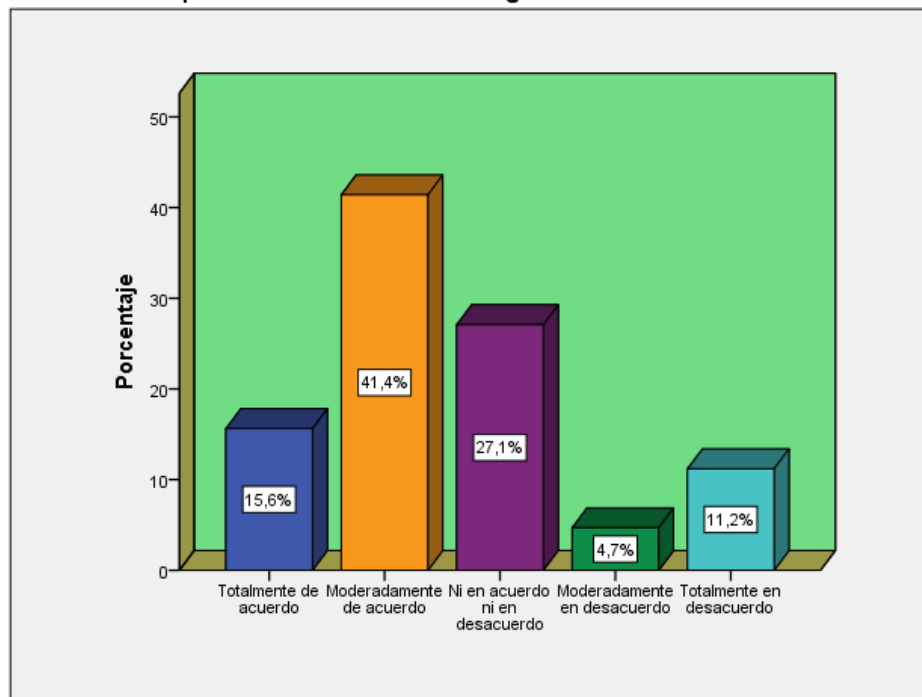


Figura 25. El comportamiento del funcionario generó un clima de confianza

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 41.4% está moderadamente de acuerdo con que el comportamiento del funcionario generó un clima de confianza para la resolución de trámites, el 27.1% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 15.6% está totalmente de acuerdo, el 11.2% está totalmente en desacuerdo y el 4.7% restante está moderadamente en desacuerdo.

Tabla 18. El funcionario fue equitativo en la atención a los demás ciudadanos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	39	10,2	10,2	10,2
	Moderadamente de acuerdo	127	33,1	33,1	43,2
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	119	31,0	31,0	74,2
	Moderadamente en desacuerdo	43	11,2	11,2	85,4
	Totalmente en desacuerdo	56	14,6	14,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El funcionario fue equitativo en la atención a los demás ciudadanos

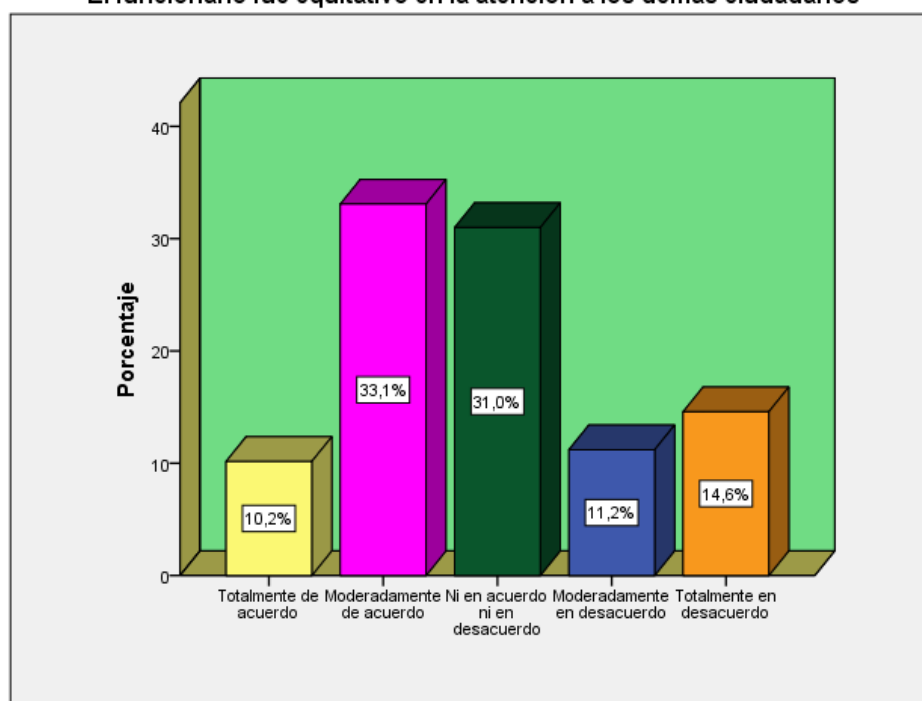


Figura 26. El funcionario fue equitativo en la atención a los demás ciudadanos

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 33.1% está moderadamente de acuerdo con que el funcionario fue equitativo en la atención a los ciudadanos, refiriéndonos a que no existieron personas que fueron atendidas sin turno, el 31% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.6% está totalmente en desacuerdo, el 11.2% está moderadamente en desacuerdo y el 10.2% restante está totalmente de acuerdo.

Tabla 19. El funcionario demostró tener el conocimiento y capacidad para resolver el requerimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	39	10,2	10,2	10,2
Moderadamente de acuerdo	172	44,8	44,8	54,9
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	158	41,1	41,1	96,1
Moderadamente en desacuerdo	1	,3	,3	96,4
Totalmente en desacuerdo	14	3,6	3,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El funcionario demostró tener el conocimiento y capacidad para resolver el requerimiento

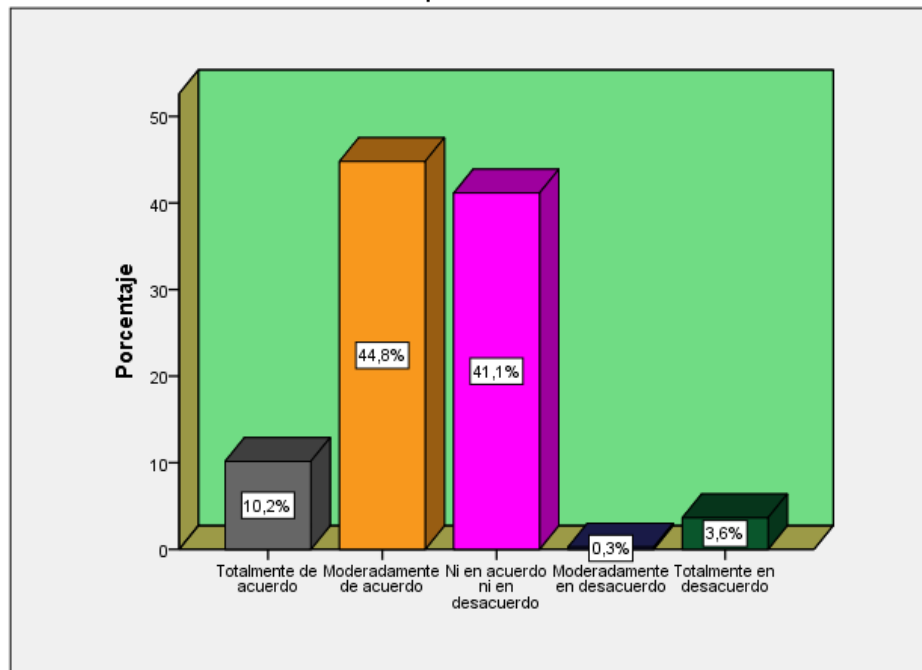


Figura 27. El funcionario demostró tener el conocimiento y capacidad para resolver el requerimiento
Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 44.8% está moderadamente de acuerdo con que el funcionario demostró tener el conocimiento y capacidad para resolver los requerimientos de los ciudadanos, el 41.1% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.2% está totalmente de acuerdo, el 3.6% está totalmente en desacuerdo y el 0.3% restante está moderadamente en desacuerdo.

Tabla 20. La atención recibida fue individualizada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	75	19,5	19,5	19,5
	Moderadamente de acuerdo	173	45,1	45,1	64,6
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	75	19,5	19,5	84,1
	Moderadamente en desacuerdo	32	8,3	8,3	92,4
	Totalmente en desacuerdo	29	7,6	7,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

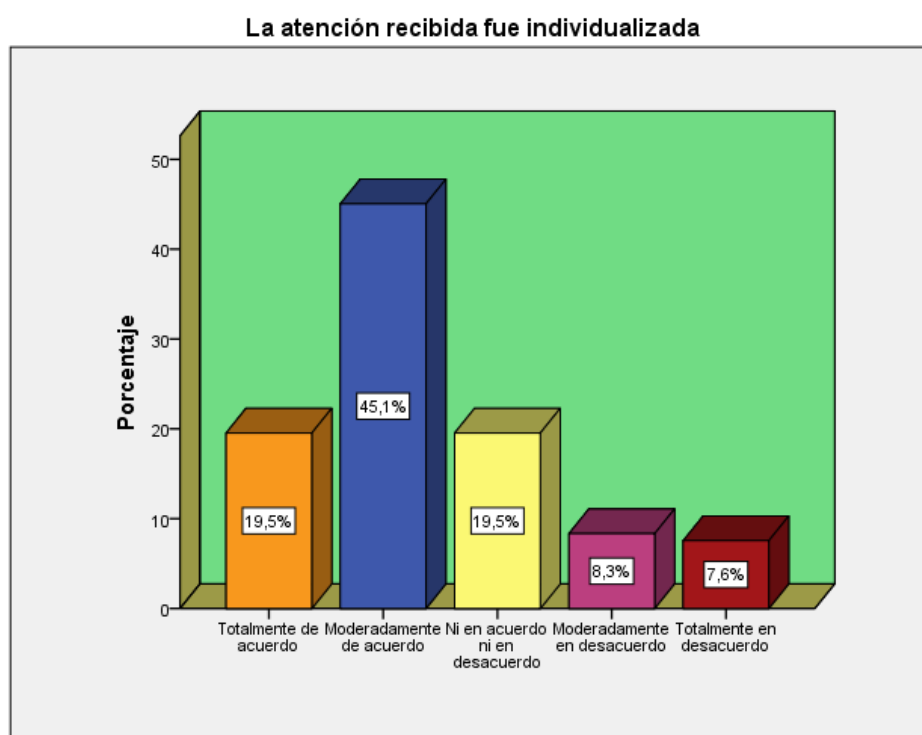


Figura 28. La atención recibida fue individualizada

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 45.1% está moderadamente de acuerdo con que la atención recibida por el funcionario fue individualizada, el 19.5% no está de acuerdo ni en desacuerdo y a la vez el mismo porcentaje también está totalmente de acuerdo, el 8.3% está moderadamente en desacuerdo y el 7.6% restante está totalmente en desacuerdo.

Tabla 21. Los funcionarios son amables y tienen buen trato

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	54	14,1	14,1	14,1
Moderadamente de acuerdo	157	40,9	40,9	54,9
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	116	30,2	30,2	85,2
Moderadamente en desacuerdo	29	7,6	7,6	92,7
Totalmente en desacuerdo	28	7,3	7,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

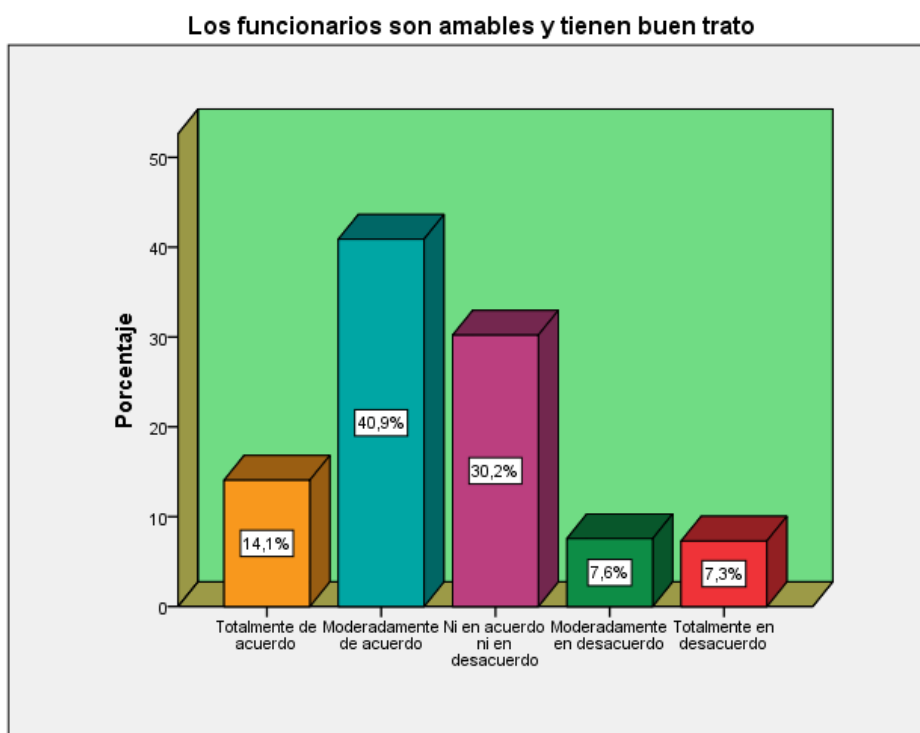


Figura 29. Los funcionarios son amables y tienen buen trato

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 40.9% está moderadamente de acuerdo con que el funcionario es amable y ofrecen un buen trato a los ciudadanos, el 30.2% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.1% está totalmente de acuerdo, el 7.6% está moderadamente en desacuerdo y el 7.3% restante está totalmente en desacuerdo.

Tabla 22.El funcionario muestra preocupación por el requerimiento del ciudadano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	54	14,1	14,1	14,1
	Moderadamente de acuerdo	112	29,2	29,2	43,2
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	161	41,9	41,9	85,2
	Moderadamente en desacuerdo	43	11,2	11,2	96,4
	Totalmente en desacuerdo	14	3,6	3,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El funcionario muestra preocupación por el requerimiento del ciudadano

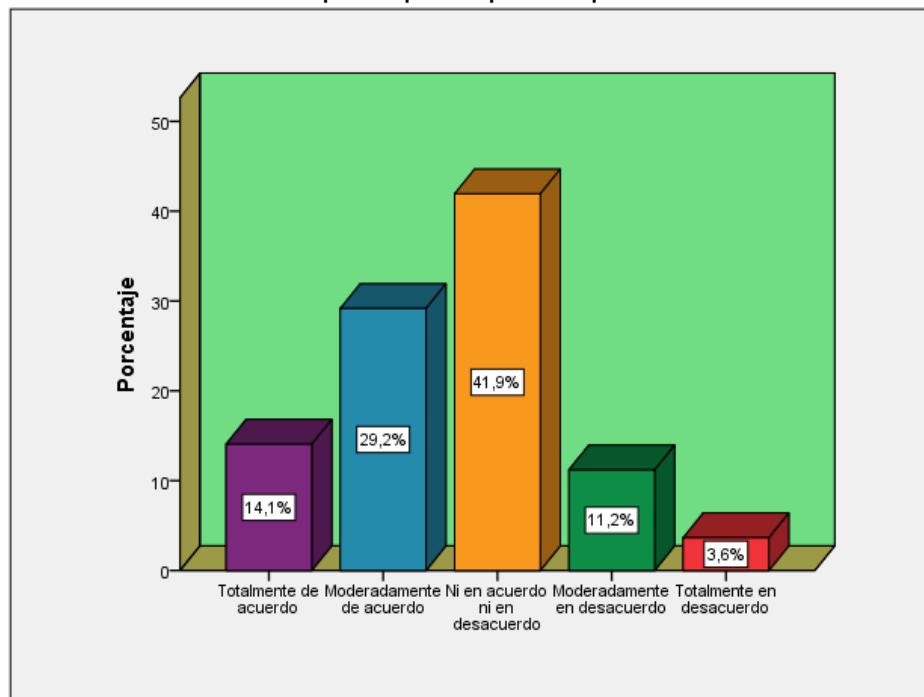


Figura 30. El funcionario muestra preocupación por el requerimiento del ciudadano

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 41.9% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con que el funcionario muestra un interés real por la resolución de los requerimientos de los ciudadanos, el 29.2% está moderadamente de acuerdo, el 14.1% está totalmente de acuerdo, el 11.2% está moderadamente en desacuerdo y el 3.6% restante está totalmente en desacuerdo.

Tabla 23. El horario de atención va acorde a la necesidad del ciudadano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	75	19,5	19,5	19,5
	Moderadamente de acuerdo	99	25,8	25,8	45,3
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	177	46,1	46,1	91,4
	Moderadamente en desacuerdo	4	1,0	1,0	92,4
	Totalmente en desacuerdo	29	7,6	7,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

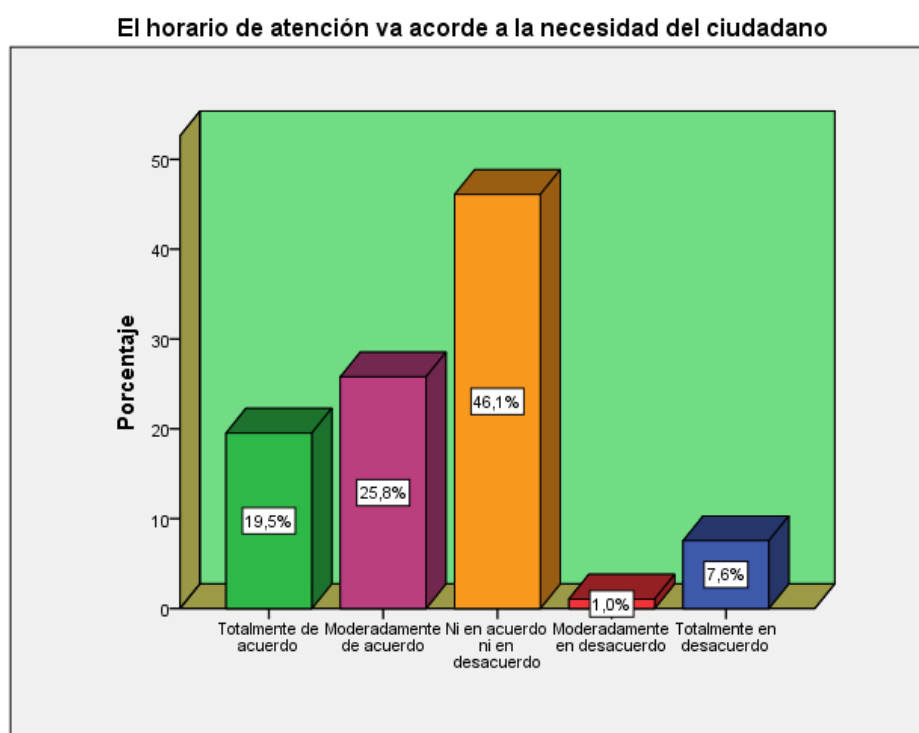


Figura 31. El horario de atención va acorde a la necesidad del ciudadano

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 46.1% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con que el horario de atención está acorde a las necesidades del ciudadano, el 25.8% está moderadamente de acuerdo, el 19.5% está totalmente de acuerdo, el 7.6% está totalmente en desacuerdo y el 1% restante está moderadamente en desacuerdo.

Tabla 24. El funcionario comprende claramente el requerimiento del ciudadano

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	45	11,7	11,7	11,7
Moderadamente de acuerdo	144	37,5	37,5	49,2
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	134	34,9	34,9	84,1
Moderadamente en desacuerdo	18	4,7	4,7	88,8
Totalmente en desacuerdo	43	11,2	11,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El funcionario comprende claramente el requerimiento del ciudadano

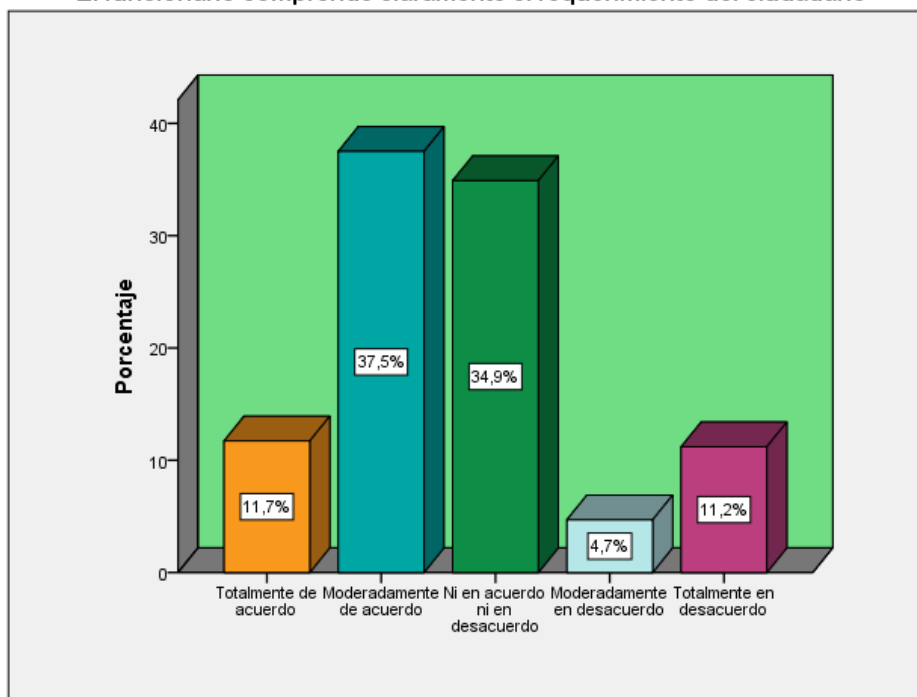


Figura 32. El funcionario comprende claramente el requerimiento del ciudadano

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

De las personas encuestadas, el 37.5% está moderadamente de acuerdo con que el funcionario comprende claramente el requerimiento del ciudadano, el 34.9% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 11.7% está totalmente de acuerdo, el 11.2% está totalmente en desacuerdo y el 4.7% restante está moderadamente en desacuerdo.

1.1. CORRELACIONES

Tabla 25. Correlaciones de variables

		TANGIBILIDAD	FIABILIDAD	CAPACIDAD	SEGURIDAD	EMPATÍA
TANGIBILIDAD	Correlación de Pearson	1	,902**	,803**	,906**	,903**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384
FIABILIDAD	Correlación de Pearson	,902**	1	,795**	,933**	,931**
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384
CAPACIDAD	Correlación de Pearson	,803**	,795**	1	,801**	,838**
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,000	,000
	N	384	384	384	384	384
SEGURIDAD	Correlación de Pearson	,906**	,933**	,801**	1	,970**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000		,000
	N	384	384	384	384	384
EMPATÍA	Correlación de Pearson	,903**	,931**	,838**	,970**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	
	N	384	384	384	384	384

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Elaborado por: Cherras Cordovilla Tannia Giovanna

En la tabla de correlaciones podemos observar alta significancia en las correlaciones: seguridad y empatía con 0.970, seguridad y fiabilidad con 0.933, fiabilidad y empatía con 0.931, seguridad y tangibilidad con 0.906, empatía y tangibilidad con 0.903, Tangibilidad fiabilidad con 0.902, capacidad y empatía con 0.838, Tangibilidad y capacidad con 0.803, capacidad y seguridad con 0.801, finalmente capacidad y fiabilidad con 0.795. De este modo, podemos observar que tenemos una clara correlación superior entre seguridad y empatía.

4.1.1. Correlaciones entre variables:

Correlaciones

		Tangibilidad	Fiabilidad
Tangibilidad	Correlación de Pearson	1	,902**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Fiabilidad	Correlación de Pearson	,902**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Correlaciones

		Tangibilidad	Seguridad
Tangibilidad	Correlación de Pearson	1	,906**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Seguridad	Correlación de Pearson	,906**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Correlaciones

		Tangibilidad	Empatía
Tangibilidad	Correlación de Pearson	1	,903**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Empatía	Correlación de Pearson	,903**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Correlaciones

		Fiabilidad	Capacidad
Fiabilidad	Correlación de Pearson	1	,795**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Capacidad	Correlación de Pearson	,795**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Correlaciones

		Fiabilidad	Seguridad
Fiabilidad	Correlación de Pearson	1	,933**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Seguridad	Correlación de Pearson	,933**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Correlaciones

		Fiabilidad	Empatía
Fiabilidad	Correlación de Pearson	1	,931**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Empatía	Correlación de Pearson	,931**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Correlaciones

		Capacidad	Seguridad
Capacidad	Correlación de Pearson	1	,801**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Seguridad	Correlación de Pearson	,801**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Correlaciones

		Capacidad	Empatía
Capacidad	Correlación de Pearson	1	,838**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Empatía	Correlación de Pearson	,838**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Se puede observar que, de acuerdo al estudio de la calidad del servicio, y las correlaciones realizadas las brechas más significativas son está entre seguridad y fiabilidad lo cual muestra que influyen totalmente el comportamiento de los funcionarios, generar un clima de seguridad siendo amables y solucionando los problemas de una forma eficiente comprendiendo las necesidades de los ciudadanos y ofreciendo soluciones inmediatas.

4.2. ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Tabla 26. Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach basada en elementos	
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,982	,982	19

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

En la Tabla expuesta se puede apreciar que el Alfa de Cronbach es de 0,982 lo cual representa alta fiabilidad.

Tabla 27. Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	3,358	2,818	3,607	,789	1,280	,041	19
Varianzas de elemento	1,101	,644	1,419	,775	2,202	,042	19

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

Tabla 28. Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Los equipos que usa el funcionario público son de apariencia moderna	60,2135	275,599	,841	.	,981
Considera que los materiales entregados (folletos, similares) son útiles	60,9870	270,734	,736	.	,982
Las instalaciones físicas son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.	60,4870	267,175	,819	.	,981
El servicio recibido fue como usted lo esperaba	60,7891	275,384	,574	.	,984
El funcionario demoró el tiempo indicado para la resolución del trámite	60,5807	266,087	,923	.	,980

El funcionario muestra interés en ayudar a la resolución de su problema / trámite	60,4036	265,557	,912	.	,980
El funcionario realiza correctamente su trabajo a la primera vez	60,2786	267,314	,917	.	,980
Se emplean sistemas informáticos en la empresa	60,3359	268,735	,899	.	,980
El tiempo que demoró en el trámite fue satisfactorio	60,4714	268,762	,914	.	,980
Existe disponibilidad del funcionario en la atención	60,5026	273,316	,708	.	,982
En la resolución de dudas, el funcionario fue ágil con su ayuda	60,4479	272,744	,714	.	,982
El comportamiento del funcionario generó un clima de confianza	60,3490	262,092	,944	.	,980
El funcionario fue equitativo en la atención a los demás ciudadanos	60,6745	261,928	,916	.	,980
El funcionario demostró tener el conocimiento y capacidad para resolver el requerimiento	60,2292	275,425	,828	.	,981
La atención recibida fue individualizada	60,1979	263,726	,927	.	,980
Los funcionarios son amables y tienen buen trato	60,3359	264,819	,949	.	,980
El funcionario muestra preocupación por el requerimiento del ciudadano	60,4167	268,186	,917	.	,980
El horario de atención va acorde a la necesidad del ciudadano	60,3177	266,995	,884	.	,980
El funcionario comprende claramente el requerimiento del ciudadano	60,4661	263,445	,945	.	,980

Elaborado por: Cherres Cordovilla Tannia Giovanna

El modelo Servqual involucra el cálculo de alfa de Cronbach, que es el valor que demuestra que las encuestas se encuentran libres de errores aleatorios. El alfa de Cronbach da lugar a cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de las N variables observadas. Podemos observar que el alfa de Cronbach es oscila entre 0.980 a 0.984 lo que nos indica que el instrumento tiene alta fiabilidad.

5. CONCLUSIONES

Debido al índice de consistencia arrojado (alfa de Cronbach de 0,982), el instrumento utilizado se considera fiable para medir la calidad del servicio en el GAD de Ambato, una gran mayoría de investigaciones existentes sobre la medición de la calidad de servicio fueron compiladas y examinadas para la presente investigación, tienen como referencia al modelo SERQUAL, lo cual es altamente relevante para considerarlo como el modelo idóneo al momento de realizar un programa de medición de calidad de servicio. La calidad del servicio percibida por los ciudadanos se pudo dimensionar en cinco dimensiones tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

En la actualidad, son pocos los estudios relacionados a la calidad del servicio público, por tanto, se realizó esta investigación con el fin de evaluar y conocer la verdadera percepción que tiene el ciudadano. Además, debido a que la calidad es algo imprescindible en las empresas para conseguir una ventaja competitiva, el estudio del nivel de la calidad es de suma importancia, permite identificar los puntos fuertes y débiles de la institución en cuanto a la calidad.

Los estudios para la medición de la calidad del servicio del GAD de Ambato, se realizaron con profundidad, utilizando la herramienta del Modelo Servqual, que dio lugar a analizar las expectativas y percepciones de los ciudadanos, a través de las cinco dimensiones. Adicional a esto, se realizaron correlaciones entre las variables para facilitar la interpretación de los resultados, además de un análisis de fiabilidad del instrumento por medio del Alfa de Cronbach.

6. RECOMENDACIONES

Se deben realizar estudios con mucha frecuencia para medir la calidad del servicio, en base a lo que esperan los ciudadanos versus lo que realmente reciben de la institución.

La institución pública debe enfocarse en mejorar las percepciones, especialmente de las dimensiones tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, ya que estas son las dimensiones con brechas *negativas*.

Entre diferentes procesos que maneja el área de información general del GAD de Ambato poseen una gran similitud de respuestas, sin embargo se identifica que el proceso más tedioso y tardío corresponde a los permisos de rótulos, los procesos burocráticos para poder obtener dicho permiso no son de ayuda para el ciudadano, por tanto, se recomienda reducir el tiempo de respuesta y evitar que la solicitud pase de una persona a otra (se constata que son hasta 3 personas que intervienen en dicho proceso) de ese modo se optimizará tiempo y recursos humanos, otorgando a una sola persona la potestad para dar seguimiento al trámite de principio a fin.

Finalmente se recomienda analizar de manera más profunda las dimensiones del Modelo Servqual en el sector público del país, ya que mediante el análisis realizado se observa que el servicio otorgado por el área de información general es bueno, sin embargo, mantiene algunas falencias las mismas que deben ser corregidas atendiendo, comprendiendo y dando una solución real a las exigencias de los ciudadanos.

7. REFERENCIAS CITADAS

7.1. Bibliografía

- Alonso, M. (2006). *Marketing social corporativo*. España: Eumed.
- Arciniegas, J., & Mejías, A. (2017). PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR LA UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA CON BASE EN LA ESCALA SERVQUAING, CON ANALISIS FACTORIAL Y ANALISIS DE REGRESION MULTIPLE. *Comunicación*, 27.
- Arreondo, E., & Gómez, R. (2017). La calidad en los servicios públicos desde la perspectiva del consumidor. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 14 - 19.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación.
- Bernal, I., Pedraza, N., & Sánchez, M. (2014). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico. *Estudios Gerenciales*, 8 - 19.
- Bigné, J., Moliner, M., Vallet, T., & Sánchez, J. (1997). Un Estudio Comparativo de los Instrumentos de Medición de la Calidad de los Servicios Públicos. *Universitat Jaume I*, 4 - 7.
- Castañeda, G. (2010). *Manual de calidad para la pequeña y mediana empresa*. México: Universidad Iberoamericana.
- Constitución de la República. (2008). *Constitución 2008*. Ecuador: Aristos.
- Covadonga, A., & Echevarría, G. (2003). *Marketing en ONGs de desarrollo: para su aplicación práctica*. Madrid: IEPALA.
- Cubillo, J., & Cerviño, J. (2008). *Marketing Sectorial*. Madrid: ESIC.
- Equipo Vértice. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. Málaga: Vértice.
- Equipo Vértice. (2010). *Gestión de la calidad (ISO 9001/2008)*. Málaga: Vértice.
- GAD Municipalidad de Ambato. (01 de 01 de 2019). *GAD MUNICIPALIDAD DE AMBATO*. Obtenido de <https://ambato.gob.ec/mision-vision-y-valores>
- Galeano, M. (2003). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Brujas.
- Guinart, J. (2003). Indicadores de gestión para las entidades públicas. *VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, 28 - 31.

- Gutiérrez, P. (2006). *Curso de hacienda pública* (2da ed.). España: Salamanca.
- Ibarra, L., Espinoza, B., & Casas, V. (2014). Aplicación del modelo Servqual para evaluar la calidad en el servicio en los hospitales públicos de Hermosillo, Sonora. *Economía y Administración*, 99 - 102.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing* (6ta ed.). México, Pearson.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, 181 - 209.
- Medina, C., Rufín, R., & Rey, M. (2013). La adopción del e-Gobierno en entornos voluntarios. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*(19), 42-52.
- Pardo, M. (2016). *Una introducción a la administración pública*. México: El colegio de México.
- Paz, R. (2015). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Vigo: Ideas propias.
- Ramírez, W. (2007). *Manual del Marketing Político*. USA: Lulu.
- Richard, E., Batlle, M., & Caballero, C. (2015). *Manual de Marketing Político*. Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Rivier, J. (2000). *Calidad del servicio*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Rodríguez, I. (2006). *Principios y estrategias de marketing*. Barcelona: UOC.
- Rufín, R., & Medina, C. (2012). *Marketing Público*. Madrid: ESIC.
- Sánchez, J. (2001). *La administración pública como ciencia*. México: Plaza y Valdes.
- Segredo, A. (2013). Clima organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización. *Revista Cubana de Salud Pública*, 387 - 390.
- Setó, D. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC.
- Tomás, J. (2009). *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos*. Barcelona: Servei de Publicacions.
- Tschohl, J. (2011). *Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente*. Madrid: Diaz de Santos.
- Vargas, M. (2010). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. Bogotá: ECOE.

8. ANEXOS

8.1. Link de acceso a encuesta:

https://docs.google.com/forms/u/1/d/1OmEKHTFoBP81XrLXivRIIdOD7-enE_X5toZz2o7ikzxk/edit?usp=forms_home&ths=true

SECCION I: GENERALIDADES									
Objetivo	Conocer la percepción de los ciudadanos en torno a la calidad del servicio otorgado en el área de información general del GAD de Ambato								
Nombre del encuestado									
Fecha									
Género	Femenino		Masculino						
Edad									
Nivel de estudios	Básico		Bachillerato		Pregrado				
Edad	18 - 25		26 – 30		31 – 40	Más de 40			
SECCION II: EXPECTATIVAS									
Instrucciones	Lea con atención y no dude en consultar cualquier interrogante								
	Tenga en cuenta que no hay respuestas correctas o incorrectas, únicamente se trata de un estudio para conocer su punto de vista								
ESCALA		1	Totalmente en desacuerdo						
		2	Moderadamente en desacuerdo						
		3	Ni en acuerdo ni en desacuerdo						
		4	Moderadamente de acuerdo						
		5	Totalmente de acuerdo						
INFORMACION GENERAL DEL ENCUESTADOR									
Investigador: Tannia Cherres Tlf.: 0998502080 Correo: tgcherres@hotmail.com									
VARIABLES E INDICADORES					ESCALA DE LIKERT				
TANGIBILIDAD					1	2	3	4	5
1.	Apariencia de las instalaciones, equipos y materiales								
	1. Los equipos que usa el funcionario público son de apariencia moderna								
	2. Considera que los materiales entregados (folletos, similares) son útiles								
	3. Las instalaciones físicas son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.								
FIABILIDAD					1	2	3	4	5
2.	Habilidad para brindar un buen servicio basados en la eficiencia, eficacia y efectividad								
	4. El servicio recibido fue como usted lo esperaba								
	5. El funcionario demoró el tiempo indicado para la resolución del trámite								
	6. El funcionario muestra interés en ayudar a la resolución de su problema / trámite								
	7. El funcionario realiza correctamente su trabajo a la primera vez								
	2.1.5. ¿Se emplean sistemas informáticos en la empresa?								
CAPACIDAD DE RESPUESTA					1	2	3	4	5

3.	Disposición y voluntad del funcionario para ayudar al ciudadano					
	8. El tiempo que demoró en el trámite fue satisfactorio					
	9. Existe disponibilidad del funcionario en la atención					
	10. En la resolución de dudas, el funcionario fue ágil con su ayuda					
SEGURIDAD		1	2	3	4	5
4.	Conocimiento y atención del funcionario empleando habilidad y generando confianza					
	11. El comportamiento del funcionario generó un clima de confianza					
	12. El funcionario fue equitativo en la atención a los demás ciudadanos					
	13. El funcionario demostró tener el conocimiento y capacidad para resolver el requerimiento					
EMPATÍA		1	2	3	4	5
5.1	Atención personalizada que ofrece el funcionario					
	14. La atención recibida fue individualizada					
	15. Los funcionarios son amables y tienen buen trato					
	16. El funcionario muestra preocupación por el requerimiento del ciudadano					
	17. El horario de atención va acorde a la necesidad del ciudadano					
	18. El funcionario comprende claramente el requerimiento del ciudadano					