



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de  
investigación previo a la obtención del Título de  
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “La cultura institucional y la calidad del  
servicio que brinda el personal operativo de la  
Coordinación Zonal 3 de Registro Civil,  
Identificación, Cedulación y Servicios electrónicos”**

**AUTOR: Carlos Sebastián Montesdeoca Buenaño**

**TUTOR: Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva, MBA**

**AMBATO – ECUADOR**

**Marzo 2022**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Dr. MBA Walter Ramiro Jiménez Silva**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**La cultura institucional y la calidad del servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 de Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios electrónicos**” presentado por el señor **Carlos Sebastián Montesdeoca Buenaño** para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

**Ambato, 18 de marzo 2022**

---

**Dr. MBA Walter Ramiro Jiménez Silva**  
**C.I.: 0501797351**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Carlos Sebastián Montesdeoca Buenaño**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Carlos Sebastián Montesdeoca Buenaño**  
**C.I.: 1803599180**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

---

**Ing. MBA Washington Marcelo Gallardo Medina**  
**C.I.: 1803415015**

---

**Ing. Edwin Javier Santamaría Freire**  
**C.I.: 1802931426**

**Ambato, 18 de marzo 2022**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



---

**Carlos Sebastián Montesdeoca Buenaño**

**C.I. 1803599180**

## DEDICATORIA

*Esta Tesis va dedicada a esposa Verónica, por estar conmigo en aquellos momentos en que el estudio y el trabajo ocuparon mi tiempo y mi esfuerzo, Gracias por toda tu ayuda. A mi Padre que siempre ha estado pendiente y preocupado por mi bienestar en cada paso de mi vida, a mi Madre que siempre me brindo su cariño y amor, a mi hermana Margith por su apoyo y estímulo para poder continuar con mis estudios y graduarme, y a mi hija Alisson que es el mayor tesoro de mi vida y mi fuente de motivación.*

**Carlos Montesdeoca**

## **AGRADECIMIENTO**

*Gracias a Dios por permitirme estar con vida, gracias a la vida por permitirme tener presente a mi familia y gracias a mi familia por el apoyo incondicional en cada decisión que he tomado en mi vida.*

*Agradezco a mi alma máter la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO y a todo su personal administrativo, docente y de servicio que de una u otra forma contribuyeron a mi desarrollo personal y profesional.*

*Nunca es tarde para empezar es por ello que hoy puedo decir con orgulloso que estoy a un paso de lograr una gran meta y el tiempo solo se acaba cuando la vida termina, y hasta ese momento siempre existe una posibilidad para todo.*

**Carlos Montesdeoca**

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	i
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	ii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL.....	iii
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	ii
INDICE GENERAL.....	ii
INDICE DE TABLAS .....	iv
INDICE DE GRÁFICOS .....	vi
RESUMEN EJECUTIVO .....	viii
ABSTRACT.....	ix
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>1</b>
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.1.1. Fundamentación teórica.....	3
1.1.1.1 Cultura Institucional .....	4
1.1.1.2 Importancia de la Cultura Organizacional .....	6
1.1.1.3 Elementos de la Cultura Organizacional .....	6
1.1.1.4 Elementos de cultura organizacional tratados por los autores estudiados	7
1.1.1.5 Características de la Cultura Organizacional.....	9
1.1.1.6 Tipos de Cultura Organizacional .....	10
1.1.2 Calidad del servicio .....	11
1.1.2.1 Calidad.....	12
1.1.2.2 Gurús de la Calidad.....	15
1.1.2.3 Servicio .....	21
1.1.2.4 Características de la Calidad del Servicio.....	21
1.1.2.5 Importancia de la calidad del servicio .....	23
1.2    Objetivos de la investigación .....	24
1.2.1 Objetivo General .....	24
1.2.2 Objetivos específicos.....	24
1.3 Problema de investigación .....	24
1.3.1    Análisis Crítico.....	28
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>29</b>



<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>29</b>
2.1 Materiales .....	29
2.1.1 Modelo Servqual .....	29
2.1.1.1 Ventajas del Método SERVQUAL .....	32
2.1.1.2 Desventajas del Método SERVQUAL .....	32
2.2 Métodos .....	32
2.2.1 Tipo de metodología .....	32
2.2.2 Tipo de investigación .....	33
2.2.3 Modalidad de investigación .....	34
2.2.4 Población y muestra .....	35
2.2.5 Recopilación y procesamiento de la información .....	36
2.2.5.1 Cuestionario Modelo SERVQUAL .....	36
2.2.5.2 Validación del instrumento .....	38
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>39</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Análisis y discusión de los resultados .....	39
3.2 Operacionalización de variables .....	46
3.3 Verificación de hipótesis.....	70
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>74</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>74</b>
4.1 CONCLUSIONES.....	74
4.2 RECOMENDACIONES .....	75
5. Bibliografía .....	76
6. Anexos .....	82
6.1 Carta compromiso Registro Civil.....	82
6.2 Distributivo del personal .....	83
6.3 Cuestionario SERVQUAL .....	84
6.4 Validación del cuestionario .....	90
6.5 Constelación de Variables .....	92

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Elementos de Cultura Organizacional tratados por los autores estudiados....	8
<b>Tabla 2</b> Evolución cronológica del concepto de calidad.....	13
<b>Tabla 3</b> Modelo Servqual .....	30
<b>Tabla 4</b> Preguntas modelo SERVQUAL.....	36
<b>Tabla 5</b> Alfa de Cronbach .....	39
<b>Tabla 6</b> Alfa de Cronbach clasificado por dimensiones.....	39
<b>Tabla 7</b> Alfa de Cronbach clasificado por dimensiones.....	39
<b>Tabla 8</b> Valores promediales clasificadas por dimensión Percepciones .....	41
<b>Tabla 9</b> Valores promediales clasificadas por dimensión Expectativas.....	42
<b>Tabla 10</b> Brechas del Modelo SERVQUAL .....	43
<b>Tabla 11</b> Resultados de las brechas del Modelo SERVQUAL .....	44
<b>Tabla 12</b> Variable Independiente: Cultura Organizacional.....	46
<b>Tabla 13</b> Variable Dependiente: Servicios de calidad .....	46
<b>Tabla 14</b> Pregunta 1 .....	48
<b>Tabla 15</b> Pregunta 2 .....	49
<b>Tabla 16</b> Pregunta 3 .....	50
<b>Tabla 17</b> Pregunta 4 .....	51
<b>Tabla 18</b> Pregunta 5 .....	52
<b>Tabla 19</b> Pregunta 6 .....	53
<b>Tabla 20</b> Pregunta 7 .....	54
<b>Tabla 21</b> Pregunta 8 .....	55
<b>Tabla 22</b> Pregunta 9 .....	56
<b>Tabla 23</b> Pregunta 10 .....	57
<b>Tabla 24</b> Pregunta 11 .....	58
<b>Tabla 25</b> Pregunta 12 .....	59
<b>Tabla 26</b> Pregunta 13 .....	60
<b>Tabla 27</b> Pregunta 14 .....	61
<b>Tabla 28</b> Pregunta 15 .....	62
<b>Tabla 29</b> Pregunta 16 .....	63
<b>Tabla 30</b> Pregunta 17 .....	64
<b>Tabla 31</b> Pregunta 18 .....	65

<b>Tabla 32</b> Pregunta 19 .....	66
<b>Tabla 33</b> Pregunta 20 .....	67
<b>Tabla 34</b> Pregunta 21 .....	68
<b>Tabla 35</b> Pregunta 22 .....	69
<b>Tabla 36</b> Puntuaciones finales de la variable independiente.....	71
<b>Tabla 37</b> Puntuaciones finales de la variable dependiente.....	71
<b>Tabla 38</b> Frecuencias Observadas .....	72
<b>Tabla 39</b> Frecuencias esperadas .....	72
<b>Tabla 40</b> Cálculo del chi Cuadrado .....	73
<b>Tabla 41</b> Análisis prueba estadística Chi Cuadrado.....	73

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Elementos de la Cultura Organizacional.....	7
<b>Gráfico 2</b> Evolución conceptual de la calidad.....	15
<b>Gráfico 3</b> Aportaciones principales – Edwards Deming.....	16
<b>Gráfico 4</b> Aportaciones principales – Joseph Juran .....	17
<b>Gráfico 5.</b> Mitos de la Calidad .....	18
<b>Gráfico 6</b> Aportaciones principales - Philip Crosby .....	19
<b>Gráfico 7</b> Características del servicio.....	23
<b>Gráfico 8</b> Diagrama Causa y Efecto.....	27
<b>Gráfico 9</b> Partes del Modelo SERVQUAL .....	31
<b>Gráfico 10</b> Alfa de Cronbach clasificado por dimensiones.....	40
<b>Gráfico 11</b> Tendencia de la brecha que existe entre las expectativas y la percepción de los consumidores. ....	44
<b>Gráfico 12</b> Pregunta 1 .....	48
<b>Gráfico 13</b> Pregunta 2 .....	49
<b>Gráfico 14</b> Pregunta 3 .....	50
<b>Gráfico 15</b> Pregunta 4 .....	51
<b>Gráfico 16</b> Pregunta 5 .....	52
<b>Gráfico 17</b> Pregunta 6 .....	53
<b>Gráfico 18</b> Pregunta 7 .....	54
<b>Gráfico 19</b> Pregunta 8 .....	55
<b>Gráfico 20</b> Pregunta 9 .....	56
<b>Gráfico 21</b> Pregunta 10 .....	57
<b>Gráfico 22</b> Pregunta 11 .....	58
<b>Gráfico 23</b> Pregunta 12 .....	59
<b>Gráfico 24</b> Pregunta 13 .....	60
<b>Gráfico 25</b> Pregunta 14 .....	61
<b>Gráfico 26</b> Pregunta 15 .....	62
<b>Gráfico 27</b> Pregunta 16 .....	63
<b>Gráfico 28</b> Pregunta 17 .....	64
<b>Gráfico 29</b> Pregunta 18 .....	65
<b>Gráfico 30</b> Pregunta 19 .....	66

<b>Gráfico 31</b> Pregunta 20 .....	67
<b>Gráfico 32</b> Pregunta 21 .....	68
<b>Gráfico 33</b> Pregunta 22 .....	69

## RESUMEN EJECUTIVO

La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación es la institución del Estado que presta los servicios de registro de hechos y actos civiles e identificación de manera integral a través de canales físicos y electrónicos. Cuenta con un moderno sistema informático llamado SEDIP, en el que se almacenan los datos de los ciudadanos. El sistema, que incluye identificación biométrica, se instaló en marzo de 2021, reemplazando al sistema MAGNA, que ahora se utiliza para soporte de datos y consulta.

Esta investigación utiliza una metodología descriptiva y transversal porque esta investigación trata sobre la "Cultura institucional y la calidad del servicio brindado por el personal operativo de la coordinación zonal 3 de Registro Civil, identificación, cedulación y servicios electrónicos".

Los datos obtenidos de la investigación concluyen que en la dimensión de empatía se necesita mayor organización puesto que no se está ejecutando el servicio de calidad que la organización se ha planteado, en virtud que no existe empatía hacia los usuarios por parte del personal operativo, esto genera en el usuario la sensación que es bien atendido y que a los empleados no les interesan sus necesidades.

Así, la propuesta resultante de la investigación me encaminó a crear empatía de los empleados del área operativa para los usuarios en general, para que de esta forma nuestra cultura organizacional marque la diferencia con otras entidades públicas.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, CULTURA ORGANIZACIONAL, EMPATÍA, USUARIOS, REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACIÓN, CEDULACIÓN Y SERVICIOS ELECTRÓNICOS

## **ABSTRACT**

The General Directorate of Civil Registry, Identification and Certification is the State institution that provides services for the registration of civil acts and acts and comprehensive identification through physical and electronic channels. It has a modern computer system called SEDIP, in which citizens' data is stored. The system, which includes biometric identification, was installed in March 2021, replacing the MAGNA system, which is now used for data support and consultation.

This research uses a descriptive and cross-sectional methodology because this research deals with the "Institutional culture and the quality of the service provided by the operative personnel of zonal coordination 3 of the Civil Registry, identification, identification and electronic services".

The data obtained from the research conclude that in the dimension of empathy greater organization is needed since the quality service that the organization has proposed is not being executed, by there is no empathy towards users on the part of the operational staff, this generates in the user the feeling that they are well cared for and that employees are not interested in their needs.

Thus, the proposal resulting from the research led me to create empathy from the employees of the operational area for users in general, so that in this way our organizational culture makes a difference with other public entities.

**KEY WORDS:** ORGANIZATIONAL CULTURE, EMPATHY, USERS, CIVIL REGISTRY, IDENTIFICATION, CEDULATION, AND ELECTRONIC SERVICES

# CAPITULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes Investigativos

El tema central de esta investigación es la Cultura Institucional y la Calidad del Servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 de Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos.

Investigaciones anteriores han demostrado que la cultura institucional comprende un patrón general de conductas y valores que son compartidos con todos los miembros de la organización, trata de tener una aproximación a través de una metodología cualitativa a través de las observaciones de campo, lo mismo que se ve reflejado en la calidad del servicio para llevar a la institución hacia un crecimiento positivo de esta entidad pública que se enfoca en la prestación de un servicio a la comunidad. Toda entidad pública llega a ser competitiva mientras genere una cultura institucional de calidad la misma que se ve reflejada en el servicio y es calificada por los clientes que suelen ser los jueces más exigentes de este tipo de instituciones, esto mismo hace que la institución mejore sus resultados (Turpo & Jaimes, 2006).

Por lo tanto, la cultura institucional es un elemento fundamental que toda empresa posee debido a que es su esencia propia misma que es compartida por todos los miembros de la comunidad institucional con una clara misión, visión y valores, lo que le da su identidad propia y la hace diferente de las demás (Carrillo, 2016).

Para brindar un servicio de calidad se necesita identificar la cultura institucional como un factor el mismo que representa un conjunto de prácticas, valores, convenciones, conocimientos, símbolos, lenguajes, tradiciones y creencias enraizados en las instituciones que condicionan la actuación de los individuos. Este conjunto de elementos se transfiere de manera informal, es decir, representa la parte no escrita de la forma de ser institucional, no se impone a través de documentos escritos (manuales, reglamentos, políticas), sino que se transmite por medio de otros mecanismos como, por ejemplo, el monitoreo grupal, a través de la aprobación o desaprobación social. En si el factor de la cultura institucional debe traducirse en una ventaja para la empresa



misma que le permita a la empresa alcanzar los objetivos propuestos (Bigia, García, & Chacón, 2018).

Blanco (2017) menciona que toda organización tiene una relación estrecha con la cultura institucional y la calidad del servicio, esto en base a los estilos de gestión y la política pública. Se parte de la premisa que la cultura institucional es el reflejo de las formas como los sujetos que integran la comunidad institucional llevan a la práctica las políticas públicas, la utilización del poder, los procesos de relación, interpretación y negociación que cada uno de ellos toman respecto a su quehacer cotidiano; se puede afirmar que la cultura institucional se basa en una trama de actuaciones que emanan de los sujetos que constituyen y le dan vida a las organizaciones institucionales.

Algunos de los grandes beneficios de la cultura organizacional es el ambiente conversacional mismo que integra una comunicación asertiva con esto se consigue una conectividad comunicativa con todos los miembros internos y externos de la organización, este proceso comunicativo permite el manejo de acuerdos mediante de los compromisos, y también un fácil manejo de los desacuerdos, discrepancias o críticas sin generar un problema mayor sino todo lo contrario buscando la solución oportuna, es así que se logra un equipo comprometido ya que existe una coordinación adecuada entre los individuos (Morales, Leiva, & Antillanca, 2007).

Lo anterior además implica una mejora en el compromiso organizacional, esto debido a que los individuos tienen un grado de pertenencia con la organizacional, es por ello que buscan reducir la ambigüedad mediante la flexibilidad y a la adaptación de situaciones que se dan día con día, en otras palabras es hacer fácil lo complejo es entender lo esencial de cada situación, es la estrategia que aplican las organizaciones con el fin de gestionar y reconocer la incertidumbre de manera eficaz tomando siempre en cuenta lo que los clientes buscan de un servicio o producto (Vidal, 2012).

Para Robbins (2004) la cultura también puede convertirse en una desventaja cuando los valores compartidos no van de acuerdo con los que harán progresar la eficacia de la organización. Las barreras al cambio se pueden dar en el ambiente interno como externo de la organización esto en sus inicios genera molestias pero si la organización posee una cultura fuerte podrá generar estrategias para llevar la organización al éxito, otra desventaja a tomar en cuenta es el miedo hacia la diversidad puestos que en

algunas organizaciones no se acepta con empatía a los empleados nuevos ya sea por su raza, sexo entre algunas de las diferencias es por ello que estos nuevos empleados no se ajustan a la cultura organizacional. En los últimos años esta falta de adaptabilidad o compatibilidad de la cultura ha generado una preocupación principal al momento de realizar nuevas contrataciones.

Asimismo, la calidad del servicio puede tener un alcance interno, lo cual hace mención a la satisfacción laboral donde se analiza las percepciones de los servicios internos, como la eficiencia, el buen manejo de recursos, productividad y capacidad de respuesta; todo esto asegura el buen funcionamiento y una mejor interacción de los servicios internos, esto conlleva a definirlo de una manera más sencilla si los empleados no se encuentran satisfechos con la organización en general, los resultados de trabajar con calidad al interior de la empresa pueden producir cambios no favorables para la misma (Larios & González, 2017).

Cabe argumentar que la calidad del servicio externa se genera gracias a un buen servicio interno sin errores, para que la satisfacción de los clientes sea plena el servicio que se oferta debe proporcionar confianza y los lineamientos al cliente deben ser claros y eficientes, además para lograr el objetivo de brindar un servicio de calidad se debe contar con una comunicación fluida para poder brindar información concreta e inmediata. El control externo de la calidad se la determina por el desempeño de cada una de las áreas de la organización (Prada, Gutiérrez, & Salas, 2016).

Por lo tanto, el desarrollo de la presente investigación es necesaria para fundamentar teórica y prácticamente la Cultura Institucional y las ventajas implementar un modelo para evaluar la Calidad del Servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 de Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos.

### **1.1.1. Fundamentación teórica**

Todo tipo de organizaciones ya sean públicas o privadas tienen la necesidad de practicar una buena cultura institucional ya que como se mencionó antes es la esencia de toda organización, toda entidad pública llega a ser competitiva mientras genere una cultura institucional de calidad la misma que se ve reflejada en el servicio y es calificada por los clientes que suelen ser los jueces más exigentes de este tipo de

instituciones, esto mismo hace que la institución mejore sus resultados. Con la finalidad que una institución pública llegue a la consecución de sus metas y objetivos debe enmarcar una buena cultura institucional ya que está al servicio de la comunidad, si bien es cierto en una institución pública su manejo es diferente ya que están bajo órdenes gubernamentales, en las instituciones públicas lo que se busca es un buen manejo de los recursos para de esta manera brindar un servicio de calidad. Por lo mismo en este tipo de instituciones es primordial cumplir con los objetivos y metas. Las instituciones públicas al pertenecer a los entes del estado tienen buenos vínculos desde su creación ya que su cultura institucional está formada desde los valores y principios que guían la actuación de las personas correctamente para beneficio de la ciudadanía. (Llanos & Bell, 2018).

Además cabe recalcar que se han realizado varios modelos para explicar el proceso de calidad en los servicios, ya que se orienta la evaluación hacia el resultado, antes que al proceso, esto presume que la determinación de la calidad en los servicios se basa no en las percepciones que los clientes tienen sobre el servicio en sí, sino en la eficacia de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes, específicamente la expectativa general con el servicio, lo cual es demasiado complejo de medir o evaluar, si se toma como base la evidencia donde la satisfacción es un antecedente de la calidad. Sin embargo, se puede realizar aproximaciones útiles que mediante la construcción del presente estado del arte se determinó la situación actual sobre la categorización y últimos avances académicos sobre las dimensiones que se estudiaron: Cultura Institucional y Calidad del servicio. (Duque, Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición, 2005).

#### **1.1.1.1 Cultura Institucional**

Durante los años 80 algunos estudiosos ya han tomado en cuenta esta variable es por ello por lo que la cultura institucional gira en base a los aspectos simbólicos de una organización, la misma que toma fuerza en versión a las perspectivas culturales referentes a la organización. Por lo mismo, la cultura organizacional es más importante en las organizaciones de servicio debido a que las instituciones públicas están dentro de un contexto cultural específico, incluidas normas culturales, y al servicio de la comunidad es por ello por lo que la cultura institucional debe ser bien manejada para que se refleje en la calidad de los servicios (Padrón, Palafox, & Vargas, 2019).

La cultura institucional actúa como sistema de control social y puede influir en las actitudes y comportamientos de los empleados a través de los valores y creencias que operan en una organización, la importancia de la cultura organizacional puede llegar a influir de manera directa en la satisfacción de los usuarios (Gálvez, Grimaldi, & Sánchez, 2017).

Debido a que cada organización posee características propias que las diferencian de otras, por lo que Cuenca & López (2020), consideran que la cultura organizacional es un factor determinante para la toma de decisiones gerenciales y dada esta situación, cobra relevancia y utilidad contar con las herramientas necesarias para que este, se convierta en un factor positivo que conduzca a mejores decisiones. Es decir, la cultura organizacional le da una identidad propia a la institución, debido a que cada organización posee una personalidad propia, a través de características que la distinguen del resto de organizaciones.

La cultura institucional actúa como sistema de control social y puede influir en las actitudes y comportamientos de quienes laboran dentro de la organización a través de los valores y creencias que operan en la misma, la importancia de la cultura institucional puede llegar a influir de manera directa en la satisfacción de los usuarios. En otras palabras, la cultura organizacional con su efecto de afianzamiento de valores como el compromiso y lealtad a la organización permiten el desarrollo de estrategias las cuales ayudan en el sostenimiento de la imagen de la organización (Díaz & Flores, 2020).

Cabe mencionar que la cultura de una institución se basa en los valores, filosofía, ideologías, creencias, expectativas, actitudes, normas y procesos compartidos dentro de cada una de ellas. Estos componentes apuntarían a una mejor comunicación y el entendimiento mutuo que determinaría el comportamiento de los empleados, así como sus procesos de integración y coordinación general, de esta manera se puede lograr que estos sientan mayor confianza y compromiso hacia sus labores, lo que conlleva a su vez que mejore el desempeño de la organización como un todo (Pedraja, Marchioni, Espinoza, & Muñoz, 2020).

Se puede considerar que la cultura organizacional confina un sistema de significados compartidos por los miembros de la organización, los cuales son la consecuencia de

una construcción social, determinados por el conjunto de normas, creencias, expectativas, valores, estilos de liderazgo, tipo de diálogo que se establece y que los individuos van incorporando a su práctica cotidiana dentro de la organización como el modo, más o menos correcto, de ser y actuar en ese contexto (Hernández & Fernández, 2020).

Borja (2017) afirma que la cultura organizacional se enuncia como un patrón de principios y valores básicos compartidos por los miembros de una organización quienes los aprenden, tratando de buscar solución a sus problemas de adaptación externa e integración interna. Estos principios son eficaces ya que validan y pueden ser enseñados a los nuevos miembros del grupo como las formas adecuadas de sentir, percibir y pensar frente a los problemas. Este tipo de modelo tiene impacto en la calidad del servicio la misma que se ve reflejada en la satisfacción de los clientes.

#### **1.1.1.2 Importancia de la Cultura Organizacional**

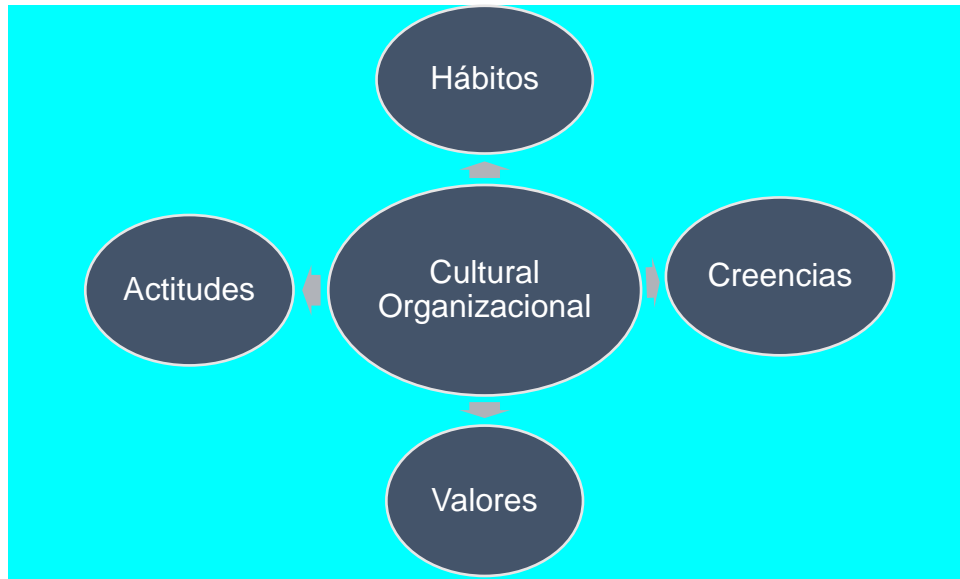
La importancia parte del hecho de demostrar a los individuos el valor fundamental de la organización, además de conocer con antelación problemas que podrían empezar los miembros de la organización y así generar mejores resultados.

#### **1.1.1.3 Elementos de la Cultura Organizacional**

Como todo lo expuesto en párrafos anteriores la cultura organizacional es transcendental dentro de toda organización sin importar si son públicas o privadas, se pone a consideración los elementos que la conforman y sobre todo se hace hincapié de su importancia para el logro de objetivos lo que permite que las organizaciones trabajen de manera óptima.

A continuación, en la ilustración 1 se detallan los elementos que son parte de la Cultura Organizacional:

**Gráfico 1** Elementos de la Cultura Organizacional



**Fuente:** (Mendez, 2019)

**Hábitos:** este elemento hace referencia a las rutinas que practican los integrantes de una organización.

**Creencias:** aquí se menciona los acontecimientos que dan valor a los miembros de la organización.

**Valores:** está relacionado a las convicciones que poseen los miembros de las organizaciones, vienen a ser las cualidades, virtudes y principios del grupo.

**Actitudes:** simplemente es la forma de comportamiento de los miembros de una organización como por ejemplo el compañerismo y cuál es el trato que tienen entre ellos.

#### **1.1.1.4 Elementos de cultura organizacional tratados por los autores estudiados**

Como se aprecia en la Tabla 1 los elementos han ido variando de acuerdo con la aplicación de los autores y con el pasar del tiempo, por lo tanto, unos se mantienen y otros han cambiado con el fin de reflejar el comportamiento de las organizaciones.

**Tabla 1** Elementos de Cultura Organizacional tratados por los autores estudiados

<b>Autores</b>	<b>Elementos</b>
Mahler (1997)	Aprendizaje Logro de objetivos
León (2021)	Liderazgo
Giraldo y Esparragoza (2016); Páramo (2001)	Enfoque hacia el mercado
Wilson (2001)	Marketing
Calderón, Murillo y Torres (2003)	Bienestar Social
Wallingre (2005)	Participación Creatividad Innovación
(Pous,2007)	Misión Visión Valores
Restrepo, Fajardo y Ladino (2007)	Competitividad Logro de objetivos
Finder, Wind y Mor (2008)	Bienestar Compromiso Equidad Apoyo Satisfacción
Shirey (2009)	Ambiente de trabajo
Salazar, Guerrero, Machado y Cañedo (2009)	Productividad Rendimiento
Borda, Rodríguez y Guarín (2011)	Ambiente laboral Trabajo en equipo Comunicación
Contreras y Hernández (2011)	Identidad Imagen Misión y Visión Lógica

Segrera, Corredor y Labarcés (2014)	Rendimiento laboral Productividad Logro de objetivos Apoyo mutuo Comunicación y Clima laboral
-------------------------------------	---

**Fuente:** (Plafox, Ochoa, & Hernández, 2019)

### 1.1.1.5 Características de la Cultura Organizacional

La cultura organizacional tiene algunas características, las mismas que son mencionadas a continuación:

- Da identidad a toda la organización.
- Determina cómo los miembros de la organización están relacionados entre sí.
- Establece reglas de comportamiento entre los miembros de la organización.
- Ayuda a fomentar la productividad.

Para García y Cavieles (2011) mencionan otras características las mismas que se detallan a continuación:

- Es aprendida: con esto se quiere decir que la cultura no es genética sino más bien es aprendida a lo largo de la vida de manera consciente o inconsciente, ya que es parte del proceso de aprendizaje que todos los seres humanos la adquirimos a través de la escucha, observación e interacción con otros seres, por lo general los primeros maestros de la cultura son los padres.
- Es compartida: para que una organización marche de la mejor manera es primordial que la mayoría de los miembros tengan patrones similares de creencias y prácticas, para que la socialización cree lazos unificadores entre los miembros.
- Es un código simbólico: la lengua es uno de los símbolos que comparten los miembros de la organización lo que permite una comunicación asertiva y eficaz; entre estos símbolos también se destacan costumbres, creencias, vestimenta, religión entre otros.
- Abarca todo: la cultura y la fuerza de esta afectan de una manera continua la convivencia de los miembros de la organización.



- Sistema integrado: las creencias y costumbres no es una colección de la cultura sino son sistemas pautados integrados donde si una parte del sistema sufre un cambio las otras realizan procesos para lograr que su adaptación sea de éxito.
- Posee adaptabilidad: la cultura paso por constantes cambios e interacciones nuevas por lo que su nivel de adaptabilidad es elevado puesto que los miembros de la organización crean un frente a las posibles tensiones que se puedan dar en el entorno, por lo que la aplicación de actividades ayuda a formar equipos de trabajo con adaptación cultural.
- Posee niveles de conocimiento: se conoce la cultura organizacional está rodeada por diferentes niveles entre ellos: grupal, subgrupal, nacional, internacional, local y regional; lo que genera un grado de complejidad y que solo puede ser llevado a cabo con la interacción de las personas.
- Es un sistema arbitral: esto quiere decir que no existe un modelo a seguir, sino que cada organización busca su propio modelo de comportamiento cultural, siempre en bien de la organización.

#### **1.1.1.6 Tipos de Cultura Organizacional**

Para Velázquez, Toro y García (2019) en la Cultura Organizacional existen cuatro tipos las que detallamos a continuación:

**Cultura de la adhocracia:** la cual menciona la flexibilidad y discreción y enfoque externo y diferenciación, este tipo de cultura es más ideal aplicarla en empresas de la industria tecnológica y para entornos de trabajos donde sobre salga la creatividad.

**Cultura de clanes:** esta cultura es ideal aplicarlas en las empresas donde consideran a los empleados como un tipo de unidad de familia, esta cultura además se basa en la lealtad y confianza por lo que es un ajuste apropiado al proporcionar amplios beneficios tanto a las organizaciones como a sus empleados.

**Cultura de jerarquía:** en estas e considera procedimientos y procesos previamente establecidos, lo principal de este tipo de cultura es que la toma de decisiones es principalmente de sus líderes, los valores que la caracteriza son el control y la eficiencia. Una ventaja significativa de este tipo de cultura organizacional es la estabilidad y la participación de los empleados de todos los niveles.

**Cultura de mercado:** se enfoca más en el rendimiento y la productividad por lo general no hay un compromiso con los empleados y por ende los niveles de satisfacción son bajos, pero también algunas de las empresas realizan todo lo contrario los motivan cuando los empleados son de alto talento.

### **1.1.2 Calidad del servicio**

En la actualidad se escucha con mucha frecuencia que las organizaciones desean diferenciarse de las demás a través de un servicio que se caracterice por la calidad brindada. Debido a que la calidad es el mejoramiento continuo del proceso interno de toda organización, con el propósito de perfeccionar un producto o servicio, el cual busca reducir los índices de error en los procesos, los fallos posibles y los índices de insatisfacción de los clientes, además recalcan que la calidad es una relación permanente entre la comunidad y la organización. No obstante, pueden asegurarse que la calidad del servicio influye directamente en la satisfacción de quienes conforman la sociedad como son los usuarios. (Daza, Vilorio, & Miranda, 2019).

Vera y Trujillo (2018) dice que la calidad en el servicio tiende a ser más difícil de establecer y medir que la calidad de un producto, esto principalmente a la intangibilidad y heterogeneidad de los servicios. También se conoce que a partir de la década de los ochenta la calidad del servicio comenzó a recibir mayor énfasis, es ahí donde nace el interés por algunos autores a proponer formas para su medición y definirla. Una tendencia generalizada es que la calidad del servicio no se mide con respecto a los estándares establecidos por la empresa, sino a partir de la perspectiva (percepción) de los clientes o usuarios. Tomando en cuenta a estos autores clásicos (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) quienes plantean que la calidad en el servicio es *“una sentencia o actitud en relación con la excelencia en general o la superioridad del servicio global”*.

Fontalvo, Domínguez y Hoz (2020) recalcan que hoy en día el sector de empresas públicas ha centrado sus esfuerzos en perfeccionar la calidad del servicio que presta, ofreciendo a la sociedad respuestas rápidas y oportunas en base a una gestión del servicio eficiente, por lo mismo, este sector se ve enfrentado a cumplir el prerequisite de priorizar sus esfuerzos en mejorar continuamente la calidad del servicio; el autor Hrnjic (2016) menciona que las instituciones públicas y privadas que actualmente

brindan servicios enfrentan enormes presiones económicas y escasez de capital, lo que ha llevado a un gran dilema de cómo mantener satisfechos a sus clientes sin la necesidad de recurrir a reformas costosas; una manera de mantener el control de la calidad del servicio es por medio de métodos cuantitativos de evaluación.

Existen nuevos preceptos relacionados con la calidad del servicio, como referentes para gestionar a través de sus estructuras la orientación de una cultura de servicios enfocada al cliente. Por otra parte, se requiere tener una concepción clara y factible sobre cómo debe ser la relación de la organización con sus clientes, por lo que también es importante un clima interno saludable. Basados en la era moderna se ha centrado exclusivamente en cumplir o en exceder las expectativas del cliente, tomando este último el rol de juez y evaluador (Cervantes, Stefanell, Peralta, & Salgado, 2018).

La calidad se ha convertido en una variable que desempeña un papel importante en todos los contextos en especial en los servicios, pero no funcionaría disponer de altos niveles de gestión de calidad si no existieran receptores del servicio, por lo que es primordial conocer cómo valoran los clientes el servicio, ofrece información valiosa para construir una gestión que permita un funcionamiento eficaz hacia cliente, es decir la calidad del servicio y los modelos existentes son diseñados para percibir el comportamiento de los consumidores y de esta manera aumentar la eficacia (Zárraga, Molina, & Corona, 2018).

### **1.1.2.1 Calidad**

Esta investigación gira en base a la calidad del servicio a los usuarios, por lo que se aclara la evolución cronológica del concepto de calidad.

En el ser humano la palabra de calidad es una parte esencial; ya que desde los orígenes del hombre estos han comprendido que se debe hacer las cosas bien y de la mejor forma posible, lo que conlleva a tener una diferenciación sobre sus semejantes y sobre el entorno con el cual interactúa.

Lo que evidencia que, desde el inicio del hombre ha debido controlar la calidad de los productos que consumía, todo esto lo hacían por medio de un largo y penoso proceso que le permitió diferenciar entre los productos que podía consumir y aquellos que eran perjudiciales para su salud.

Carrasco (2008) define que la calidad como “el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que no sean demandas por el público) de los clientes”.

**Tabla 2** Evolución cronológica del concepto de calidad.

<b>ETAPA</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>FINALIDAD</b>
<b>Artesanial</b>	Productos bien elaborados sin importar costo ni esfuerzo	Única línea de producción Satisfacción del cliente
<b>Revolución industrial</b>	Alta producción sin ningún tipo de calidad en los productos	Satisfacer la gran demanda
<b>Administración científica</b>	Control de calidad mediante la aplicación de métodos estadísticos para la identificación de productos con defectos	Satisfacción de los estándares y condiciones técnicas del producto
<b>Segunda Guerra Mundial</b>	Calidad de los productos(armas) sin influir el costo, volúmenes altos de producción en corto tiempo	Disponibilidad de un producto. Eficacia
<b>Posguerra occidente</b>	Altos volúmenes de producción con el fin de satisfacer las necesidades del mercado	Satisfacer la demanda por el asunto de la guerra
<b>Posguerra Japón</b>	Productos elaborados al primer intento	Minimizar costos, calidad de los productos y competitividad

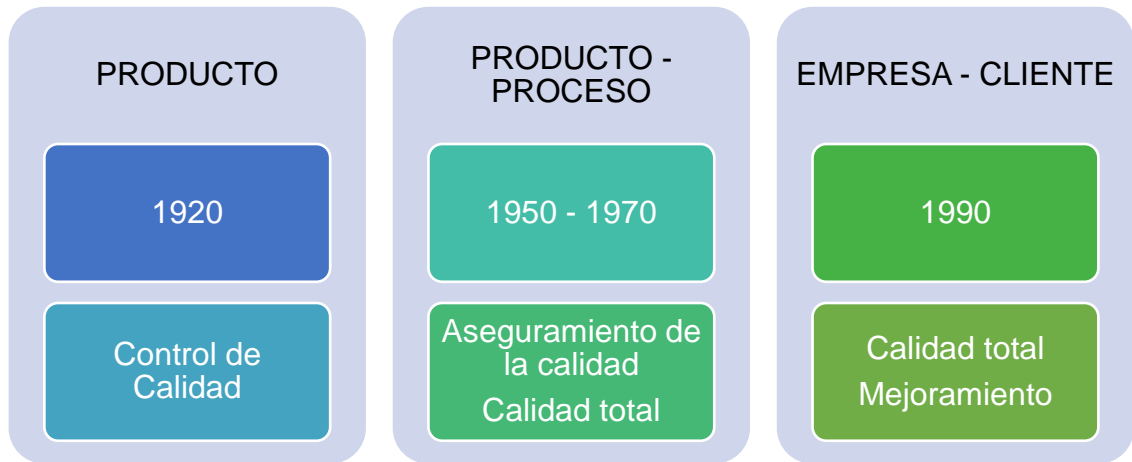
<b>Década de los setenta</b>	Menos desperdicios en las empresas por los procesos y sistemas	Porcentaje de errores bajos. Reducción de costos Satisfacción del cliente
<b>Década de los noventa</b>	Empresas funcionales en todas áreas mediante la calidad aplicada	Satisfacción del cliente Prevención de errores Participación de todos los empleados
<b>Actualidad</b>	Líderes de calidad	Satisfacción del cliente Reducción en los errores Mejora continua Mayores utilidades Mayor competitividad

**Fuente:** (Torres & Vásquez, 2010)

Como se aprecia en la Tabla 1 el cambio por el cual a través del concepto de calidad desde el hecho de crear grandes cantidades de producción sin importar costo ni esfuerzo hasta el punto actual de que el factor humano es muy importante para la reducción de errores, mayor competitividad; todo esto se da con el fin de buscar una mayor competitividad y mayores utilidades, esto posee mayor control con la aplicación de herramientas estadísticas. Esta definición de calidad puede analizarse desde dos dimensiones fundamentales: la dimensión cronológica y la dimensión conceptual, que se inicia con el surgimiento del control estadístico de calidad.

Por lo que se puede deducir en que la calidad es el nivel de excelencia que posee una empresa con el objetivo de lograr la satisfacción de los clientes.

**Gráfico 2** Evolución conceptual de la calidad



**Fuente:** (Duque & Gómez, 2014)

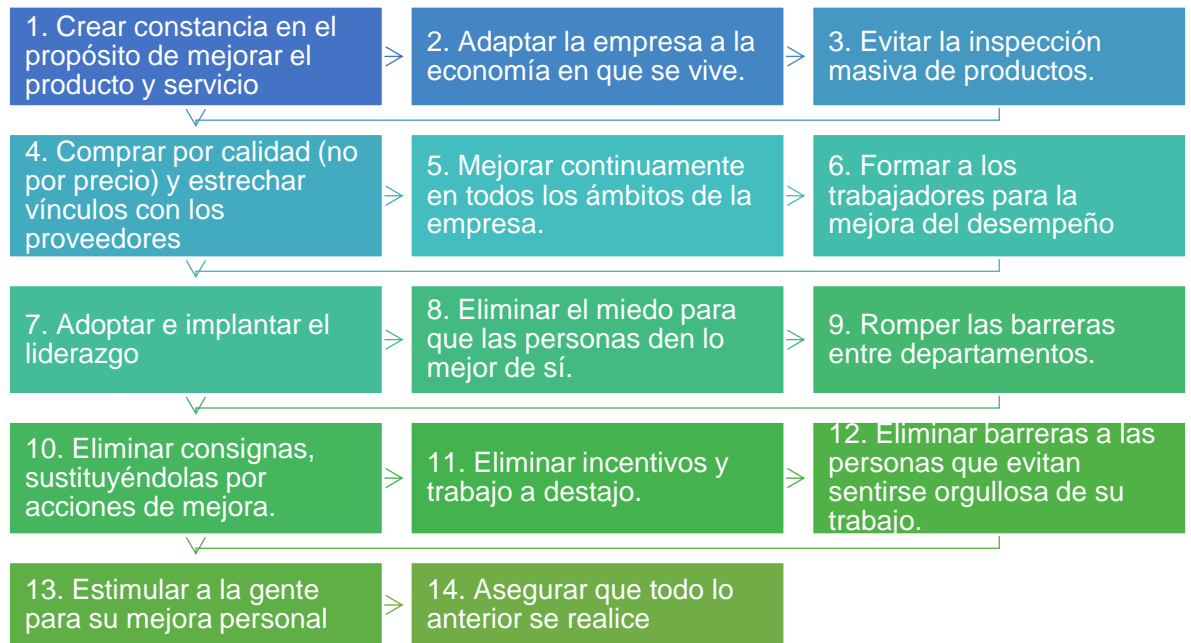
### 1.1.2.2 Gurús de la Calidad

#### **William Edwards Deming**

Deming estuvo en Japón puesto que fue invitado justamente cuando su industria y economía se encontraba en crisis. Deming influyo de gran manera en ellos cambiaron su forma de pensar, administración, y sobre todo un mejor trato a sus empleados pues Deming los consideraba clave para el desarrollo de la industria. Una vez que los japoneses aplicaron la filosofía de Deming, vieron grandes cambios en la economía y productividad y como es de conocimiento general los japoneses en la actualidad son considerados los líderes del mercado mundial. Un hecho importante fue que el emperador Hirohito atribuyó a Deming con la Medalla del Tesoro Sagrado de Japón en Segundo Grado. La mención recibida decía: “El pueblo de Japón atribuye el renacimiento de la industria japonesa y su éxito mundial a ED Deming”.

Principales aportaciones: pionero de la calidad total (TQM, *Total Quality Management*), creo catorce puntos los cuales podrían ser adaptables a los constantes cambios del entorno económico:

**Gráfico 3** Aportaciones principales – Edwards Deming



**Fuente:** (Cubillos & Rodríguez, 2009)

Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente (Deming, 1989).

Concepto de calidad: “Una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua”

### **Joseph M. Juran**

Este autor enfatiza en incentivar a la conciencia sobre la crisis de la calidad, un factor en el que se enfocó Joseph fue la falta de planificación de la calidad. Por ello Joseph brinda información básica sobre como planificar la calidad con el fin de replanificar los procesos en donde existe deficiencias de la calidad, mediante la retroalimentación al personal para evitar o reducir futuros problemas.

Principales aportaciones: Juran se basa en una trilogía de los procesos, los cuales se encuentran interrelacionados:

#### Gráfico 4 Aportaciones principales – Joseph Juran



**Planeación de la calidad.** Es aquel proceso en el que se hacen las preparaciones para cumplir con las metas de calidad y cuyo resultado final es un proceso capaz de lograr las metas de calidad bajo las condiciones de operación.



**Control de la calidad.** Es el que permite comparar las metas de calidad con la realización de las operaciones y su resultado final es conducir las operaciones de acuerdo con el plan de calidad.



**Mejora de la calidad.** Es el que rompe con los niveles anteriores de rendimiento y desempeño y su resultado final conduce las operaciones a niveles de calidad marcadamente mejores de aquellos que se han planteado para las operaciones.

**Fuente:** (Juran, 1996)

Para Juran (1990) la palabra calidad tiene múltiples significados entre los más representativos:

1. La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.
2. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias.

#### **Kaoru Ishikawa**

Ishikawa buscaba conseguir un compromiso con los obreros tratándoles con consideraciones y valorando su trabajo, solamente así los trabajadores tendrían interés en mejorar la calidad y la producción.

Principales aportaciones son:

- Gráfica de Pareto
- Diagrama de causa-efecto
- Estratificación
- Hoja de verificación



- Histograma
- Diagrama de dispersión y
- Gráfica de control de Shewhart.

Concepto de calidad: Ishikawa (1986) define el control de calidad (CC) como: desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor.

De manera sintética, calidad significa calidad del producto. Más específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc. (Ishikawa, 1986).

### Philip Crosby

Este autor en su filosofía menciona que hay tres mitos sobre la calidad, los mismos que se da a conocer a continuación:

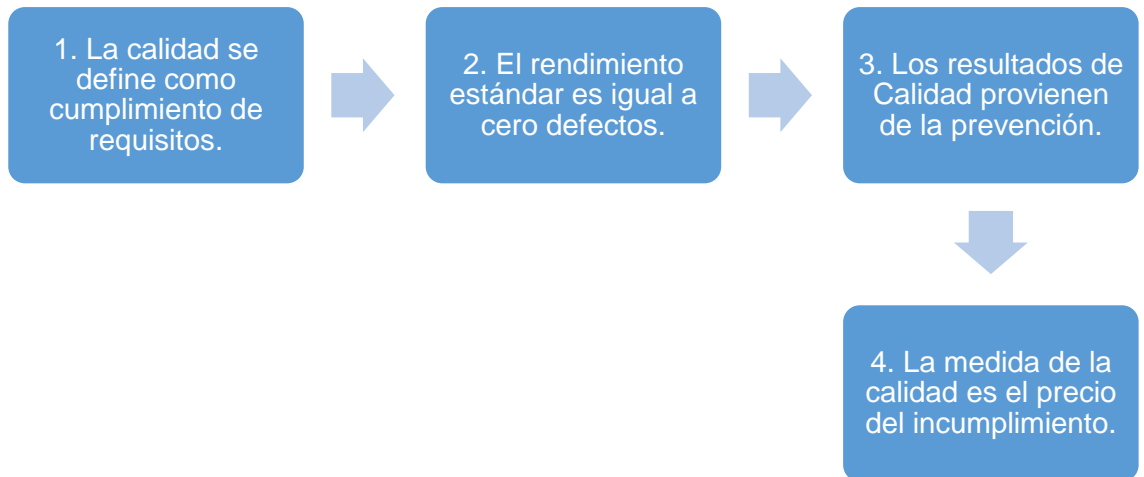
**Gráfico 5. Mitos de la Calidad**



**Fuente:** (Zavala, 2012)

Principales aportaciones: creador del concepto cero defectos. Desarrolló un concepto denominado los absolutos de la calidad total, cuyos principios son:

**Gráfico 6** Aportaciones principales - Philip Crosby



**Fuente:** (Tovar, 2020)

Concepto de calidad: Crosby tiene el pensamiento que la calidad es gratis, es suplir los requerimientos de un cliente, al lograr cumplir con estos se logra cero defectos.

### **William Ouchi**

La conclusión principal de Ouchi es que la elevada productividad se da como consecuencia del estilo directivo y no de la cultura, por lo cual considera que sí es posible asimilar como aportaciones japonesas sus técnicas de dirección empresarial y lograr así éxito en la gestión de las organizaciones. Sin embargo, reconoce que los elementos culturales influyen en el establecimiento de una filosofía corporativa congruente con los principios de su teoría.

Principales aportaciones: la teoría Z proporciona medios para dirigir a las personas de tal forma que trabajen más eficazmente en equipo. Las lecciones básicas de esta teoría que pueden aprovecharse para el desarrollo armónico de las organizaciones son:

1. Confianza en la gente y de ésta en la organización.
2. Atención puesta en las sutilezas de las relaciones humanas.
3. Relaciones sociales más estrechas. Esta teoría sistematiza las diferencias culturales entre las prácticas de gestión norteamericana y japonesa.

Concepto de calidad: para Ouchi calidad es hacer las cosas bien desde la primera vez.

### **Armand Vallin Feigenbaum**

Este autor por lo contrario plantea tres preguntas relativas con proceso de instrucción en calidad:

Primera. ¿Cuál es el alcance, la magnitud y la efectividad de la capacitación que la compañía da a los empleados para que adquieran los conocimientos y habilidades laborales específicos que se necesitan para el diseño, construcción y mantenimiento de la buena calidad?

Segunda. ¿Cuál es el efecto neto que las influencias informales diarias en el trabajo producido por la experiencia, contactos y orientaciones tan importantes en el proceso de capacitación en calidad en una compañía tienen en lo que el personal piensa acerca de la calidad?

Tercera. ¿Cuál es el alcance, la magnitud y la efectividad de los esfuerzos de la compañía para instruir al personal en los conceptos modernos de calidad y en los programas y métodos del control de calidad?

Principales aportaciones: este autor establece 19 pautas para el mejoramiento de la calidad, las cuales se mencionan a continuación:

1. Definición del control de la calidad total.
2. Calidad versus calidad.
3. Control.
4. Integración.
5. La calidad incrementa las ganancias.
6. Se espera calidad, no se la desea.
7. Los seres humanos influyen en la calidad.
8. El CCT se aplica a todos los productos y servicios.
9. La calidad abarca todo el ciclo de vida del producto.
10. El control del proceso.
11. Define sistema de GCT
12. Beneficios.
13. El coste de la calidad.

14. Organice para el control de la calidad.
15. Facilitadores de la calidad, no policías de la calidad.
16. Compromiso permanente por parte de la dirección.
17. Use herramientas estadísticas.
18. La automatización no es una panacea.
19. El control de calidad en las fuentes.

Concepto de calidad: Feigenbaum la define como el resultante total de las características del producto y del servicio de mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento a través de los cuales el producto o servicio en uso satisfará las esperanzas del cliente.

Además, define un sistema de gestión de calidad total como la estructura de trabajo operativo acordada, el cual abarca a toda la empresa, esta se encarga de documentar todos los procedimientos de técnicos y administrativos integrados, con el fin de orientar las acciones coordinadas del personal, maquinaria y la información de una manera eficaz.

### **1.1.2.3 Servicio**

En términos más aplicados, servicio es definido como: “Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios” (Fisher y Navarro, 1994, p. 185). “Es el trabajo realizado para otras personas” (Colunga, 1995, p. 25). “Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas” (Fisher y Navarro, 1994, p. 175). “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (Kotler, 1997, p. 656). Servicio se entiende entonces como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción al consumidor.

### **1.1.2.4 Características de la Calidad del Servicio**

Flores (2011) menciona que para que el servicio sea de calidad debe cumplir con tres requisitos sin importar el giro de negocio los cuales son:

Cortesía: esto se refiere a la actitud que se muestra por parte del personal hacia los clientes, lo cual depende de cómo los empleados se sienten identificados con la

organización, todos hemos hecho uso de algún servicio independientemente si la organización es pública o privada por lo que el trato que reciba el cliente puede ser crucial a la hora de satisfacer sus necesidades.

**Credibilidad:** es referente a la seguridad que los empleados implican a los clientes, ya que ellos buscan una garantía de los compromisos adquiridos. Y el requisito calve de todos los requisitos mencionados es la imagen de la organización, y sobre todo la actitud positiva de los empleados.

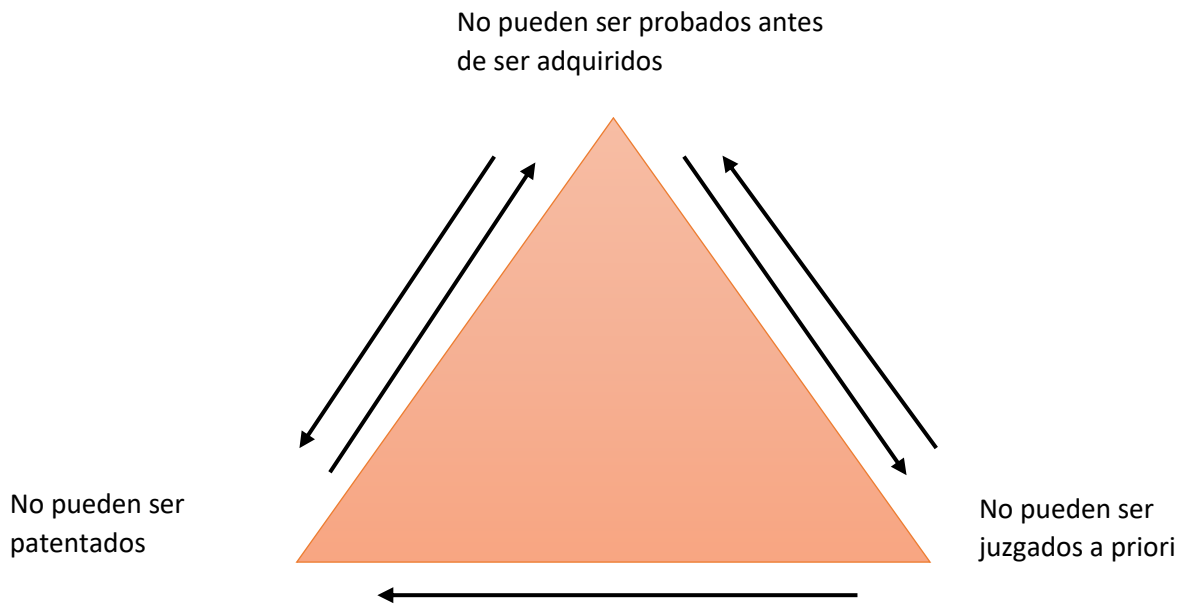
Flores (2011) también menciona un tercer requisito que no debe fallar para brindar un servicio de calidad, el cual es la fiabilidad, es la capacidad de desempeñar un servicio de calidad y sobre todo que sea correcto desde sus inicios.

Recordemos que los servicios son actividades intangibles, las cuales no son almacenables, y sus resultados son en base a los esfuerzos humanos o mecánicos, donde su principal objetivo es la participación y satisfacción de los clientes (Villalba, La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades, 2013).

Los servicios se caracterizan en:

- a) **Intangibles:** los servicios no pueden inventariarse; también este factor está relacionado por estar o no vinculado a un producto físico, es aquí donde se marca la primera diferenciación entre un bien y un servicio; el resultado no puede ser apreciado por los clientes antes de ser adquirido por lo que la satisfacción puede ser medida una vez dada la experiencia.  
Por ello se puede decir que la intangibilidad seguramente es la característica más clara de los servicios, todo esto debido a que indistintamente de la organización se le hará difícil comprender cómo los clientes perciben y evalúan sus servicios y la calidad en la prestación de los servicios.
- b) **Inconsistencia:** debido a que la entrega del servicio y la satisfacción de los clientes depende en gran medida de las acciones de los empleados por lo que la calidad del servicio es considerada un factor incontrolable.
- c) **Inseparabilidad:** los servicios por lo general se enmarcan en una relación doble entre quien consume y quien crea el servicio, es por ello por lo que el servicio es un esfuerzo conjunto entre el cliente y los empleados de una organización.

**Gráfico 7** Características del servicio



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

Cuando se habla de servicios es importante tomar en cuenta su intangibilidad heterogeneidad y caducidad puesto que son los elementos que la diferencia de los productos, los servicios no pueden ser probados por el cliente antes de la compra o adquisición, por lo mismo no se puede asegurar su calidad. Con esto también se puede agregar que no se puede determinar la satisfacción del cliente puesto que no puede ser apreciado con los sentidos (gusto, tacto, olfato) por lo que es complejo comprender como los clientes podrían evaluar la calidad del servicio (Villalba, 2013).

#### **1.1.2.5 Importancia de la calidad del servicio**

El servicio al cliente cada día ha ido tomando fuerza esto debido al aumento de la competencia, es aquí donde se menciona la importancia de la calidad del servicio es por ello por lo que la mayoría de las empresas lo han ido perfeccionándolo y adaptándose a las necesidades de los clientes, esto debido a que estos son quienes tendrán la última palabra para decidir.

A continuación, se mencionan algunos aspectos para determinar su importancia: La competencia es cada vez mayor como se lo menciono anteriormente, por ende, los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, es por lo mismo que muchos han optado por ofrecer un valor agregado. La competencia cada vez adquiere

maquinaria de calidad y mejoran de esta manera su precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación. Los clientes buscan a más de calidad y buen precio buscan también una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido y oportuno. Cuando un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es más que seguro que este hará comentarios negativos a los demás clientes. Por lo contrario, si un cliente recibe un buen servicio o atención, es más que seguro que vuelva a adquirir los productos o servicios. Además de hacer buenas recomendaciones a otros clientes. Por lo que también es significativo mencionar que el valor agregado al servicio crea una ventaja competitiva para toda empresa u organización.

## **1.2 Objetivos de la investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Determinar la relación entre cultura institucional y calidad del servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Identificar las principales manifestaciones de cultura organizacional que se observa en la calidad del servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil.
- Establecer los factores de la cultura institucional que influyen en la calidad del servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil.
- Determinar el nivel de la calidad del servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil.

## **1.3 Problema de investigación**

Las empresas en la actualidad deben enfocarse en brindar un servicio de calidad sin importar si estas son privadas o públicas, ya que cabe mencionar que un cliente satisfecho con un producto o servicio es lo que marca la diferencia en su entorno competitivo. Todo esto juntamente con un análisis de como se ha desarrollado en tema de la calidad para alcanzar una ventaja competitiva.

Cabe recalcar que hoy en día los clientes son más exigentes por lo que dar un valor agregado es clave para sobrevivir en el mercado, la calidad en el servicio al cliente viene a ser una herramienta estratégica la cual permite brindar un valor añadido a los clientes en referencia a la oferta que hace la competencia; encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, con el fin de cubrir las expectativas de los clientes.

Como parte de la mercadotecnia intangible está el servicio al cliente, puesto que no puede ser sentido al simple tacto, pero puede ser apreciado como un objetivo que toda empresa desea alcanzar. Se debe manejar la satisfacción por medio de las percepciones positivas que obtiene el cliente sobre un servicio determinado, logrando de esta manera, un mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura en las empresas ha ido modernizándose conforme a lo que requiere el entorno, por lo que es primordial poner en primer plano las necesidades del cliente que las necesidades de la propia empresa.

En base a un análisis macro en el Registro Civil “Estamos comprometidos en brindar servicios oportunos, confiables y cercanos a las personas, enfocados en la eficacia y eficiencia de nuestros procesos y la mejora continua de nuestro Sistema de Gestión de la Calidad, con talento humano competente que satisfaga las necesidades de los usuarios internos y externos en el ámbito nacional e internacional” (Registro Civil, 2021).

El mejoramiento de la calidad del servicio en las instituciones públicas está relacionado con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, este trata de proporcionar un mejoramiento de la calidad de vida de la población ecuatoriana. Los servicios de identificación y el otorgar documentos que lo acrediten, en la Zona 3 deben ser brindados con calidad. Priorizar y gestionar de manera eficiente los recursos para una buena prestación de servicios.

En cuanto a un análisis meso el Registro Civil esta tras la mejora de la calidad de vida laboral, con el fin de cumplir con los objetivos institucionales, por lo que es vital generar y aplicar políticas orientadas a mejorar la calidad de vida de los funcionarios, servidores y trabajadores en los siguientes ámbitos: Clima y Cultura Organizacional,



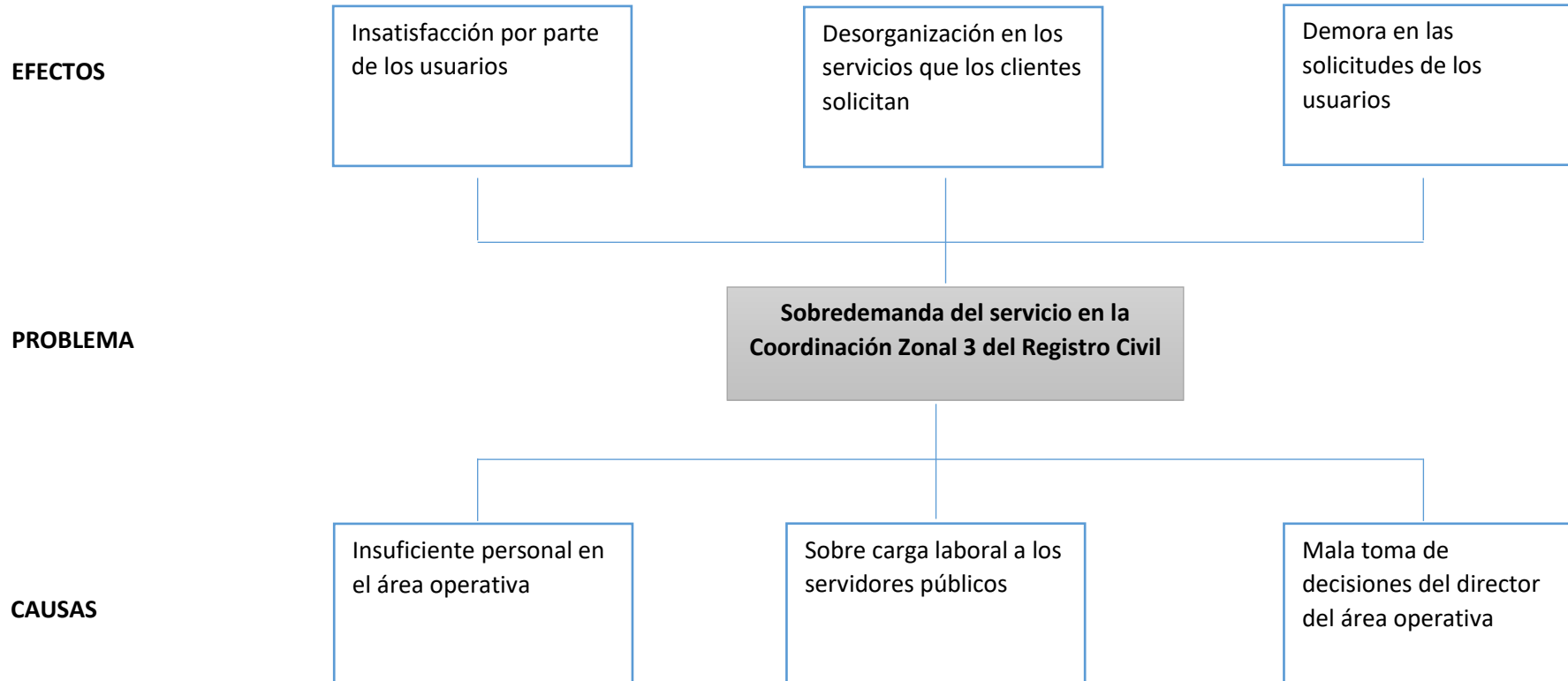
Trayectoria Laboral, Desarrollo Personal, Salud y Bienestar Laboral, Compensaciones justas y Motivación en el trabajo (Troya, 2016).

Comité de Gestión de Calidad del Servicio y Desarrollo Institucional.- De conformidad con lo previsto en el artículo 138 del Reglamento General a la Ley Orgánica del Sector Público (LOSEP), La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación, cuenta con el Comité de Gestión de Calidad de Servicio y el Desarrollo Institucional, que tendrá la responsabilidad de proponer, monitorear y evaluar la aplicación de las políticas, normas y prioridades relativas al mejoramiento de la eficiencia institucional (Estatuto Orgánico por Procesos Dirección General de Registro Civil, 2019).

Proponer acciones conjuntas con el usuario interno para el rediseño o mejoramiento continuo de los procesos sustantivos y adjetivos de la Coordinación Zonal en coordinación con las direcciones de Gestión del Cambio y Cultura Organizativa y Servicios, Procesos y Calidad (Estatuto Orgánico por Procesos Dirección General de Registro Civil, 2019)

Es por ello por lo que nace la siguiente interrogante **¿El personal operativo del registro civil, identificación, cedulación y servicios electrónicos de la zona 3 brinda un servicio de calidad a sus usuarios?**

**Gráfico 8** Diagrama Causa y Efecto



**Fuente:** Registro Civil (Área Operativa)

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

### **1.3.1 Análisis Crítico**

El problema detectado en el Registro Civil, identificación, cedulaación y servicios electrónicos de la coordinación zonal 3; mismo que comprende las provincias de Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo y Tungurahua, es la sobredemanda del servicio, debido a la necesidad de adquirir documentación que es de requisito indispensable para todo trámite, existen ciertas temporadas como por ejemplo procesos electorales, olas migratorias, matrículas escolares que crece la cantidad de usuarios que asisten a la institución requiriendo documentación que es única de obtener en dicha entidad; todo esto se da debido a la saturación del sistema que cauda demora en la atención de las solicitudes por parte de los usuarios para lo cual es primordial una buena toma de decisiones del jefe de la área operativa ya que no hay una propuesta que brinde una solución a este tipo de inconvenientes.

Por consiguiente, otra causa que se analiza en esta investigación es la sobrecarga laboral en los empleados del área operativa la misma que se da por el desorden en los servicios que solicitan los usuarios. Por lo que se debe recordar cuál es su misión y visión como entidad pública para brindar un servicio de calidad.

Finalmente se conoce que existe insuficiencia de personal del área operativa lo que genera altos tiempos de espera e insatisfacción en los usuarios, esto contribuye además a afianzar el pensamiento de que la atención en el sector público no es de calidad: ésta insuficiencia de personal dentro del área operativa también debe ser analizado ya que el Registro Civil al ser una entidad pública depende en gran parte de cómo los gobiernos distribuyen los fondos públicos para cada institución, por lo que no es posible realizar procesos de contratación de personal sin existir la debida partida presupuestaria.

## CAPITULO II

### METODOLOGÍA

#### 2.1 Materiales

Para seguir adelante con la investigación se aplicará una encuesta online, con un cuestionario basado en el modelo Servqual, el cual ya está prediseñado, su calificación va en relación con una escala de Likert la que nos permitirá medir el nivel de calidad del servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos.

Ochoa (2012) alude que el cuestionario es manejado por el mismo autor de la investigación, en donde los participantes envían sus respuestas mediante el internet, además de tener algunas ventajas como el ahorro de tiempo por parte del investigador, bajos costos en relación con el método tradicional (uso de papel), la facilidad de implementación.

En consecuencia, la obtención de datos será más representativa por la población de estudio, el cuestionario será elaborado en Google formularios, debido a que la población de estudio se encuentra las provincias de Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo y Tungurahua, lo cual representaría costo de movilización para la aplicación de una encuesta presencial.

##### 2.1.1 Modelo Servqual

El modelo Servqual tuvo su primera publicación en el año 1988, desde entonces ha ido experimentado varias mejoras y revisiones desde entonces, para que se adapte a cualquier a cualquier investigación. También se puede mencionar que es una técnica de investigación comercial, la misma que permite realizar la medición de la calidad del servicio, en base a las expectativas que los clientes perciben del servicio. Este método se caracteriza por su análisis tanto en aspectos cuantitativos y cualitativos en base a la información obtenida por parte de los clientes (Matsumoto, 2014).

El modelo Servqual brinda información detallada en base a las opiniones de los clientes, se puede llegar a obtener sugerencias y comentarios de mejoras que deben ser apreciados por las empresas para realizar una toma de decisiones oportuna, además de permitir conocer cómo se sienten sus empleados con respecto a sus percepciones y expectativas, por lo que se considera que es un método que ayuda en gran medida a mejorar en todos

los ámbitos a las organizaciones que lo llevan a cabo (Bustamante, Zerda, Obando, & Tello, 2019).

El modelo Servqual es conocido por su procedimiento de aplicación de encuesta debido a que se conforma de un cuestionario que su único fin es medir un sistema de ítems que representan las dimensiones que posee la calidad del servicio las cuales se las muestran a continuación:

**Tabla 3** Modelo Servqual

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones (6)</b>	<b>Atributos (22)</b>
<b>CALIDAD DEL SERVICIO Expectativas vs Percepciones</b>	<b>Fiabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplen lo ofrecido</li> <li>• Interés por resolver problemas</li> <li>• Realización del servicio bien a la primera ocasión</li> <li>• Servicio finalizado en el tiempo ofrecido</li> <li>• Sin errores</li> </ul>
	<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento confiable de los empleados</li> <li>• Clientes sienten seguridad</li> <li>• Empleados amables</li> <li>• Empleados con conocimientos suficientes</li> </ul>
	<b>Elementos tangibles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos de apariencia moderna</li> <li>• Instalaciones atractivas</li> <li>• Apariencia pulcra de los empleados</li> <li>• Materiales atractivos</li> </ul>
	<b>Capacidad de respuesta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunican tiempo de conclusión del servicio</li> <li>• Servicio rápido por parte de los empleados</li> <li>• Empleados prestos a ayudar</li> <li>• Los empleados nunca están demasiados ocupados</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención individualizada</li> </ul>

	<b>Empatía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horarios de trabajo convenientes para los clientes</li> <li>• Poseen empleados que ofrecen atención personalizada</li> <li>• Preocupación por los clientes</li> <li>• Comprenden las necesidades de los clientes</li> </ul>
--	----------------	--

**Fuente:** (Lezcano & Cardona, 2018)

El método SERVQUAL gira netamente en la opinión de los clientes en base a los ítems del cuestionario. Lo que lo diferencia es que ya es un cuestionario estructurado que se adapta a las necesidades de cada organización que consta de 5 dimensiones las cuales se agrupan en 22 ítems de calidad de servicio, el mismo que se compone por tres partes, las cuales se detallan a continuación:

**Gráfico 9** Partes del Modelo SERVQUAL



**Fuente:** (Bustamante, Zerda, Obando, & Tello, 2019)

.El cuestionario del modelo SERVQUAL por lo general es medido mediante escala de Likert, el instrumento presenta 22 ítems, en la cual el encuestado debe mostrar si esta de “acuerdo” registrando su opinión en la escala Likert propuesta, por lo general es de 5

puntos creciente. Esta escala es de tipo ordinal, su fin es medir tanto la percepción de satisfacción y la expectativa de satisfacción de los usuarios mediante una serie de parámetros (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1992).

#### **2.1.1.1 Ventajas del Método SERVQUAL**

- Comparar las expectativas de los clientes y sus percepciones de cualquier organización.
- Efectuar comparaciones entre diferentes organizaciones que presten el mismo servicio.
- Método fácil de adaptar, el cual se puede modificar de acuerdo con las características de la organización que se desea evaluar.
- Además, permite examinar la diversidad de opiniones de los clientes, percepciones y expectativas relacionadas con la calidad de servicio.

#### **2.1.1.2 Desventajas del Método SERVQUAL**

- Puede generar confusión por lo que la información puede estar sesgada, ya que los encuestados no podrían entender la dinámica del cuestionario.
- Puede ser molesto para los encuestados a que se debe recordar que está conformado por 5 dimensiones y posee 22 ítems en total, para evaluar las percepciones y las expectativas, puede ser tedioso al usuario de responder la totalidad de 44 preguntas.

## **2.2 Métodos**

### **2.2.1 Tipo de metodología**

#### **Enfoque cuantitativo**

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas; se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis (Hernandez, 2018).

En el presente proyecto de investigación se utilizó un enfoque cuantitativo, esta aplicación se realizó al personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos, para obtener datos estadísticos mediante la recolección de información de una pequeña muestra.

### **2.2.2 Tipo de investigación**

#### **Descriptiva**

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son netos tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento (Sabino, 2000).

Esta investigación tiene como objetivo describir características y definir por qué es importante la cultura institucional para brindar un servicio de calidad por parte del personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos.

#### **Correlacional**

Es aquella que se realiza después que han ocurrido las variaciones en la variable independiente en el transcurso natural de los acontecimientos. Miden dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación. La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas (Carosio & Olivera, 2014).

El objetivo de la investigación es comprobar, medir y explicar la relación existente entre las variables. El presente caso de estudio es correlacionar la cultura institucional con el servicio de calidad por parte del personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos.



### **2.2.3 Modalidad de investigación**

#### **Bibliográfica**

El énfasis de la investigación está en el análisis teórico y conceptual hasta el paso final de la elaboración de un informe o propuesta sobre el material registrado, ya se trate de obras, investigaciones anteriores, material inédito, hemerográfico, cartas, historias de vida, documentos legales e inclusive material filmado o grabado (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014).

Se utilizó la investigación Bibliográfica, a fin de revisar y recolectar información de libros de diferentes autores, revistas científicas, tesis de grado, estos son de internet, la información recabada es referente al tema de investigación, permitiendo tener mayor conocimiento y comprensión sobre la naturaleza del objeto en estudio.

#### **De campo**

Se trata de la recolección de datos directamente de los sujetos investigados para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado sin manipular o controlar variable alguna (Tamayo, 2004).

Para el apoyo del presente trabajo se utilizó la modalidad de campo, con la intención de involucrarse con el entorno del personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos, obteniendo datos o información referente a la calidad del servicio, tomando contacto directo el investigador y el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos, para la recolección de información fue mediante la aplicación de encuesta, con la finalidad de interpretar resultados y finalizar la investigación.

#### **Transversal**

Se define como un tipo de investigación observacional la cual analiza los datos de las variables recopiladas en un periodo de tiempo, sobre una población o muestra predefinido. En esta modalidad estudiaremos al personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos en el primer semestre del año 2021.

## 2.2.4 Población y muestra

### Población

Para la investigación se determina como población de estudio al personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos, que de acuerdo con la información por parte del departamento del Talento Humano existen 135 colaboradores.

### Muestra

Subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población (Mendoza, 2018).

Una vez que se determinó la población, se calcula el tamaño de la muestra, utilizando la fórmula según (Bernal, 2010).

$$n = \frac{K^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + K^2 * P * Q}$$

### Dónde:

n= tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

K = coeficiente que tiene en cuenta el nivel de confianza (99%) K = 2,58

P = probabilidad de éxito

Q = probabilidad de fracaso

Q = 1 – P

P = Q = 50%

e = Error del (0,01)

$$n = \frac{2,58^2 * 0,5 * 0,5 * 135}{0,01^2(135 - 1) + 2,58^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{0.65 * 135}{0,0134 + 0.65}$$

n = 13 colaboradores

Se considera el error más bajo debido al número del personal de área operativa para tener una mayor exactitud en el proceso de recolección de información, por lo cual es necesario no disminuir en gran medida el número de participantes en la investigación.

Como resultado tenemos que el instrumento será destinado a 135 colaboradores que son parte del personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos.

## 2.2.5 Recopilación y procesamiento de la información

### 2.2.5.1 Cuestionario Modelo SERVQUAL

Este cuestionario es adaptable a las necesidades de cualquier empresa que desee aplicarlo básicamente su función es dar a conocer tanto las expectativas y percepciones que tienen los clientes sobre los servicios que presta en la Coordinación Zonal 3 de Registro Civil, identificación, cedulación y servicios electrónicos, esto ayudará en gran medida a poder dar solución a problemas que se dan dentro de la organización, al conocer tanto las expectativas y percepciones se podrá realizar una toma de decisiones oportuna y brindar un servicio de calidad. A continuación, se da a conocer las preguntas utilizadas en el cuestionario:

**Tabla 4** Preguntas modelo SERVQUAL

**Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

	1	2	3	4	5
1.- El personal dispone de equipos con apariencia moderna					
2.- Los elementos materiales (especies, micas) están disponibles para realizar su trabajo					
3.- Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio					

4.- La señalética de las oficinas es adecuada para la orientación de los empleados					
--	--	--	--	--	--

**Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio ofrecido de forma fiable y cuidadosa, tales como: eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y problemas.

5.- El servicio que ofrece responde a las necesidades de los usuarios					
6.- Cuando los empleados brindan sus servicios lo hacen de manera eficiente					
7.- La entidad proporciona servicios de calidad					
8.- Cada vez que solicita capacitaciones sobre alguna modificación de los servicios recibe la ayuda solicitada					
9.- Los empleados brindan los servicios con empatía a los usuarios					

**Capacidad de respuesta:** disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar un servicio de calidad.

10.- El servicio que brinda es el adecuado					
11.- Hay disponibilidad de los empleados para atender a los usuarios					
12.- Que tan serviciales son los empleados en la atención al cliente					
13.- La atención que brindan los empleados es rápida					

**Confiabilidad:** conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

14.- El comportamiento de los empleados inspira confianza y seguridad					
15.- Los empleados demuestran igualdad para todos sus usuarios					
16.- Los usuarios tiene la seguridad de realizar sus servicios en la entidad					
17.- Durante la atención los empleados respetan la privacidad en la información requerida.					

**Empatía:** Atención Individualizada que ofrecen los empleados a sus usuarios.

18.- La entidad se interesa por brindar una atención individualizada					
--	--	--	--	--	--

19.- Los empleados demuestran amabilidad y buen trato					
20.- Los empleados se preocupan por los intereses de los usuarios					
21.- La entidad cumple con los horarios establecidos para todos los usuarios					
22.- Los empleados comprenden las necesidades específicas de cada uno de sus usuarios					

### **2.2.5.2 Validación del instrumento**

Para evaluar la confiabilidad del instrumento se lo hizo por medio de alfa de Cronbach, el mismo que toma valores entre 0 y 1, de esta manera se comprueba si el instrumento tiene fiabilidad. Si el índice de Alfa de Cronbach es más próximo al número 1 su fiabilidad será mayor, si gira en un entorno contrario al antes mencionado es decir si está más lejano del número 1 esto significa inconsistencia (Contreras & Novoa, 2018).

## CAPITULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

La validación del cuestionario aplicado al personal del área operativa de la Coordinación zonal 3 de Registro civil, identificación, cedulaación y servicios electrónicos tiene una fiabilidad alta ya que consta con un alfa de Cronbach de 0,894 ya que está cercano a 1.

**Tabla 5** Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	Nº de elementos
,894	,895	22

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

Por otra parte, se puede observar la fiabilidad del total poblacional el cual está clasificado por Expectativas y Percepciones como se aprecia en la Tabla 6. También se puede agregar el alfa de Cronbach clasificado por dimensiones el mismo que es apreciado en la Tabla 7.

**Tabla 6** Alfa de Cronbach clasificado por dimensiones

Alfa de Cronbach clasificado por dimensiones	
Expectativas	0,938
Percepciones	0,850

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 7** Alfa de Cronbach clasificado por dimensiones

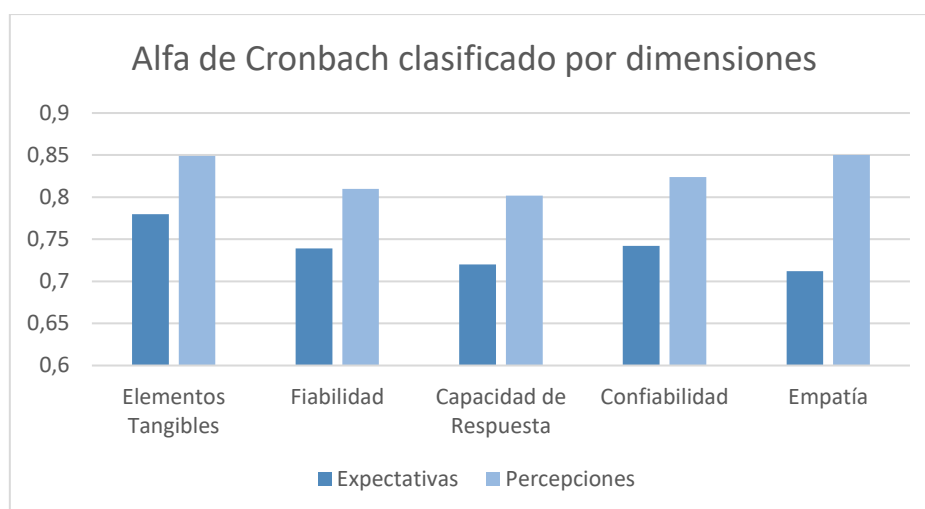
Alfa de Cronbach clasificado por dimensiones		
Dimensión	Expectativas	Percepciones
Elementos Tangibles	0,78	0,849
Fiabilidad	0,739	0,810
Capacidad de Respuesta	0,720	0,802
Confiabilidad	0,742	0,824
Empatía	0,712	0,850

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

### Interpretación:

Al momento de aplicar la herramienta para desarrollar investigación es necesario aplicarla en base a las percepciones y expectativas que cada usuario del registro civil posee, estas encuestas poseen sus propias dimensiones, cada dimensión en si posee índice de confiabilidad, siendo que la encuesta que mide las expectativas arroja resultados para las dimensiones como los elementos tangibles con una calificación de 0,78, para el caso del ítem de fiabilidad tenemos una calificación de 0,739, la calificación más baja registrada en esta encuesta, se encuentra en la dimensión capacidad de respuesta, la cual, la clasificación es de 0,720, finalmente, la dimensión de confiabilidad y Empatía poseen un resultado de 0,742 y de 0,712. En el caso de las encuestas aplicadas a los usuarios del registro civil para las percepciones, podemos apreciar que la calificación más alta se la llevan las dimensiones de empatía, y elementos tangibles, la cual posee una calificación de 0,850 y 0,849, en cambio la calificación más baja se la obtiene en la fiabilidad, la cual posee una calificación de 0,802, finalmente aspectos como la fiabilidad y la confiabilidad poseen calificación de 0,810 y 0,824 respectivamente

**Gráfico 10** Alfa de Cronbach clasificado por dimensiones



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 8** Valores promediales clasificadas por dimensión Percepciones

<b>Valores Promediales para la Dimensión Percepciones</b>		
<b>Dimensión</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Calificación</b>
<b>Tangibles</b>	El personal dispone de equipos con apariencia moderna	0,7673
	Los elementos materiales (especies, micas) están disponibles para realizar su trabajo	0,8451
	Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio	0,7962
	La señalética de las oficinas es adecuada para la orientación de los empleados	0,7243
	<b>Promedio</b>	0,78
<b>Fiabilidad</b>	El servicio que ofrece responde a las necesidades de los usuarios	0,706
	Cuando los empleados brindan sus servicios lo hacen de manera eficiente	0,712
	La entidad proporciona servicios de calidad	0,741
	Cada vez que solicita capacitaciones sobre alguna modificación de los servicios recibe la ayuda solicitada	0,76
	Los empleados brindan los servicios con empatía a los usuarios	0,778
	<b>Promedio</b>	0,7394
<b>Capacidad de Respuesta</b>	El servicio que brinda es el adecuado	0,724
	Hay disponibilidad de los empleados para atender a los usuarios	0,706
	Que tan serviciales son los empleados en la atención al cliente	0,712
	La atención que brinda los empleados es rápida	0,741
	<b>Promedio</b>	0,72075
<b>Confiabilidad</b>	El comportamiento de los empleados inspira confianza	0,76
	Los empleados demuestran igualdad para todos sus usuarios	0,778
	Los usuarios tienen la seguridad de realizar sus servicios en la entidad	0,724
	Durante la atención los empleados respetan la privacidad en la información requerida	0,706
	<b>Promedio</b>	0,742
<b>Empatía</b>	La entidad se interesa por brindar una atención individualizada	0,712
	Los empleados demuestran amabilidad y buen trato	0,724
	Los empleados se preocupan por los intereses de los usuarios	0,706
	La entidad cumple los horarios establecidos para todos los usuarios	0,712
	Los empleados comprenden las necesidades específicas de cada uno de los usuarios	0,706
	<b>Promedio</b>	0,712

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca



**Tabla 9** Valores promediales clasificadas por dimensión Expectativas

<b>Valores Promediales para la Dimensión Expectativas</b>		
<b>Dimensión</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Calificación</b>
<b>Tangibles</b>	El personal dispone de equipos con apariencia moderna	0,848
	Los elementos materiales (especies, micas) están disponibles para realizar su trabajo	0,951
	Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio	0,851
	La señalética de las oficinas es adecuada para la orientación de los empleados	0,748
	<b>Promedio</b>	0,8495
<b>Fiabilidad</b>	El servicio que ofrece responde a las necesidades de los usuarios	0,751
	Cuando los empleados brindan sus servicios lo hacen de manera eficiente	0,751
	La entidad proporciona servicios de calidad	0,848
	Cada vez que solicita capacitaciones sobre alguna modificación de los servicios recibe la ayuda solicitada	0,851
	Los empleados brindan los servicios con empatía a los usuarios	0,851
	<b>Promedio</b>	0,8104
<b>Capacidad de Respuesta</b>	El servicio que brinda es el adecuado	0,751
	Hay disponibilidad de los empleados para atender a los usuarios	0,778
	Que tan serviciales son los empleados en la atención al cliente	0,851
	La atención que brinda los empleados es rápida	0,862
	<b>Promedio</b>	0,8105
<b>Confiabilidad</b>	El comportamiento de los empleados inspira confianza	0,848
	Los empleados demuestran igualdad para todos sus usuarios	0,851
	Los usuarios tienen la seguridad de realizar sus servicios en la entidad	0,748
	Durante la atención los empleados respetan la privacidad en la información requerida	0,851
	<b>Promedio</b>	0,8245
<b>Empatía</b>	La entidad se interesa por brindar una atención individualizada	0,851
	Los empleados demuestran amabilidad y buen trato	0,848
	Los empleados se preocupan por los intereses de los usuarios	0,848
	La entidad cumple los horarios establecidos para todos los usuarios	0,851
	Los empleados comprenden las necesidades específicas de cada uno de los usuarios	0,855
	<b>Promedio</b>	0,8506

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 10** Brechas del Modelo SERVQUAL

<b>Análisis de Brechas</b>				
<b>Dimensión</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Percepciones</b>	<b>Expectativas</b>	<b>Calificación (P-E)</b>
<b>Tangibles</b>	El personal dispone de equipos con apariencia moderna	0,7673	0,848	-0,0807
	Los elementos materiales (especies, micas) están disponibles para realizar su trabajo	0,8451	0,951	-0,1059
	Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio	0,7962	0,851	-0,0548
	La señalética de las oficinas es adecuada para la orientación de los empleados	0,7243	0,748	-0,0237
<b>Fiabilidad</b>	El servicio que ofrece responde a las necesidades de los usuarios	0,706	0,751	-0,045
	Cuando los empleados brindan sus servicios lo hacen de manera eficiente	0,712	0,751	-0,039
	La entidad proporciona servicios de calidad	0,741	0,848	-0,107
	Cada vez que solicita capacitaciones sobre alguna modificación de los servicios recibe la ayuda solicitada	0,76	0,851	-0,091
	Los empleados brindan los servicios con empatía a los usuarios	0,778	0,851	-0,073
<b>Capacidad de Respuesta</b>	El servicio que brinda es el adecuado	0,724	0,751	-0,027
	Hay disponibilidad de los empleados para atender a los usuarios	0,706	0,778	-0,072
	Que tan serviciales son los empleados en la atención al cliente	0,712	0,851	-0,139
	La atención que brinda los empleados es rápida	0,741	0,862	-0,121
<b>Confiabilidad</b>	El comportamiento de los empleados inspira confianza	0,76	0,848	-0,088
	Los empleados demuestran igualdad para todos sus usuarios	0,778	0,851	-0,073
	Los usuarios tienen la seguridad de realizar sus servicios en la entidad	0,724	0,748	-0,024
	Durante la atención los empleados respetan la privacidad en la información requerida	0,706	0,851	-0,145
<b>Empatía</b>	La entidad se interesa por brindar una atención individualizada	0,712	0,851	-0,139
	Los empleados demuestran amabilidad y buen trato	0,724	0,848	-0,124

Los empleados se preocupan por los intereses de los usuarios	0,706	0,848	-0,142
La entidad cumple los horarios establecidos para todos los usuarios	0,712	0,851	-0,139
Los empleados comprenden las necesidades específicas de cada uno de los usuarios	0,706	0,855	-0,149

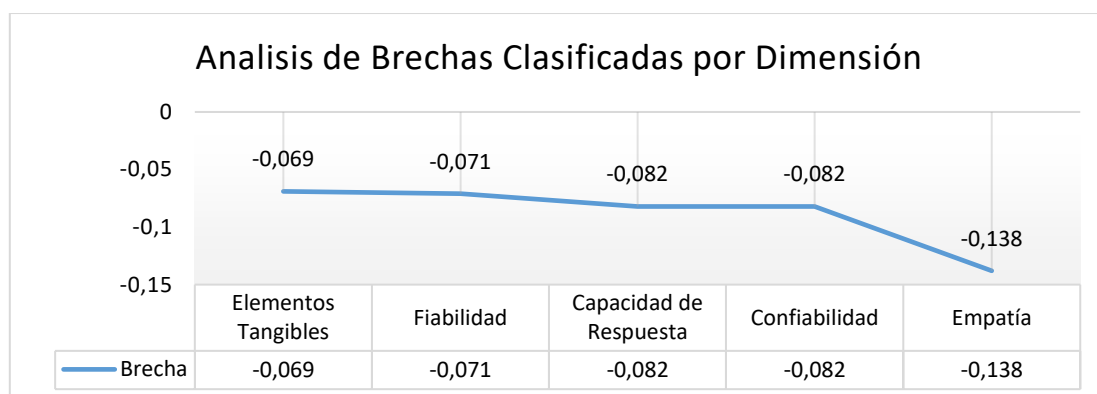
**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 11** Resultados de las brechas del Modelo SERVQUAL

Dimensión	Brecha
Elementos Tangibles	-0,069
Fiabilidad	-0,071
Capacidad de Respuesta	-0,082
Confiabilidad	-0,082
Empatía	-0,138

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Gráfico 11** Tendencia de la brecha que existe entre las expectativas y la percepción de los consumidores.



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

### **Análisis e interpretación:**

Como puede apreciarse en el gráfico 11 este modelo analiza una serie de diferencias que pueden ser percibidas por los usuarios.

Brecha 1: este arroja un valor de -0,069 lo que indica la diferencia entre las expectativas de los usuarios sobre el servicio y las percepciones que se forma el Registro Civil como entidad pública sobre lo que esperan los usuarios de ese servicio.

Brecha 2: mide la diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad lo que tiene un valor de -0,071.

Brecha 3: calcula la diferencia entre las especificaciones o normas de calidad del servicio y la prestación de este, con un valor de -0.082.

Brecha 4: este tiene un valor de -0,082 el cual mide la discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa dentro de la organización.

Brecha 5: mide la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido, determinando a través de dicha magnitud el nivel de calidad alcanzado. Por lo que su valor es -0,138.

### 3.2 Operacionalización de variables

**Tabla 12** Variable Independiente: Cultura Organizacional

Concepto	Categoría	Indicador	Ítem	Instrumento
Es la aplicación de todas las normas y valores para controlar a todos los miembros internos y externos que conforman a la estructura empresarial	Recursos Humanos	Evaluación del personal	El personal dispone de equipos con apariencia moderna	Encuesta dirigida a los colaboradores internos de la empresa.
	Recursos Tecnológicos	Renovación de equipos	Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio	Encuesta dirigida a los colaboradores internos de la empresa.
	Recursos Humanos	Comportamiento de los empleados	El comportamiento de los empleados inspira confianza	Encuesta dirigida a los colaboradores internos de la empresa.

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 13** Variable Dependiente: Servicios de calidad

<b>Concepto</b>	<b>Categoría</b>	<b>Indicador</b>	<b>ítem</b>	<b>Instrumento</b>
Son todos los parámetros implementados por una empresa con el propósito de cumplir con todas las expectativas que posee un cliente	Post Venta	Atención personalizada	La entidad se interesa por brindar una atención individualizada	Encuesta dirigida a los colaboradores internos de la empresa.
	Prestación de Servicios	Calidad Servicios	La entidad proporciona servicios de calidad	Encuesta dirigida a los colaboradores internos de la empresa.
	Atención al cliente	Desempeño	Los empleados demuestran amabilidad y buen trato	Encuesta dirigida a los colaboradores internos de la empresa.

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

A continuación, se detallan los resultados de cada uno de los ítems aplicados a los colaboradores del área operativa del Registro Civil zona 3, a través del modelo SERVQUAL:

**Tabla 14** Pregunta 1

**El personal dispone de equipos con apariencia moderna**

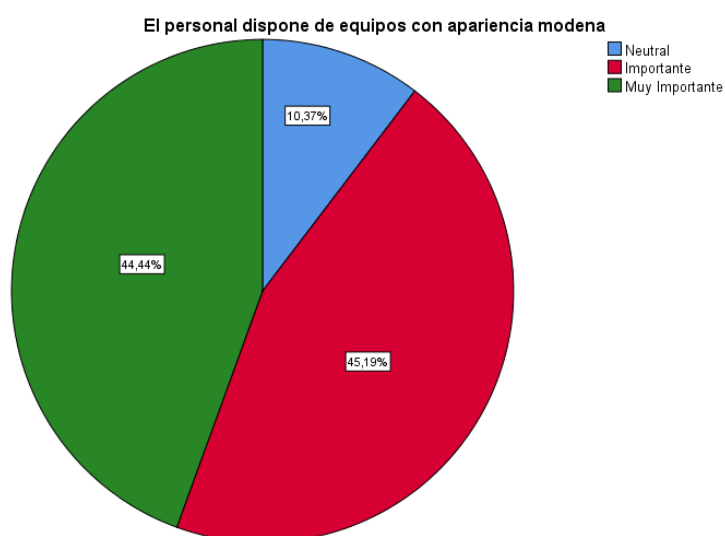
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	14	10,4	10,4	10,4
	Importante	61	45,2	45,2	55,6
	Muy Importante	60	44,4	44,4	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

A lo que se refiere a que si el personal dispone de equipos de apariencia moderna tenemos como resultados que 60 personas encuestadas con un 44,4% consideran muy importante el disponer de equipos modernos, mientras que 61 personas cuyo porcentaje es de 45,2% consideran importante la apariencia de los equipos, y apenas el 10,4% están en un margen neutro es decir no consideran vital o no la disposición de equipos modernos para brindar un servicio de calidad.

**Gráfico 12** Pregunta 1



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 15** Pregunta 2

**Los elementos materiales (especies, micas) están disponibles para realizar su trabajo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	29	21,5	21,5	21,5
Neutral	51	37,8	37,8	59,3
Importante	26	19,3	19,3	78,5
Muy Importante	29	21,5	21,5	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

El 37,8% que es equivalente a 51 personas encuestadas se encuentran en un estado neutro en cuanto a la disponibilidad de materiales, el 21,5% con 29 personas encuestadas consideran muy importante la disponibilidad de materiales para la realización de su trabajo, el 19,3% con un total de 26 personas encuestadas consideran poco importante este elemento mientras que apenas el 19,3% con 26 personas encuestadas consideran importante disponer de los elementos materiales para poder realizar bien su trabajo y brindar un servicio de calidad a los usuarios.

**Gráfico 13** Pregunta 2



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca



**Tabla 16** Pregunta 3

**Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio**

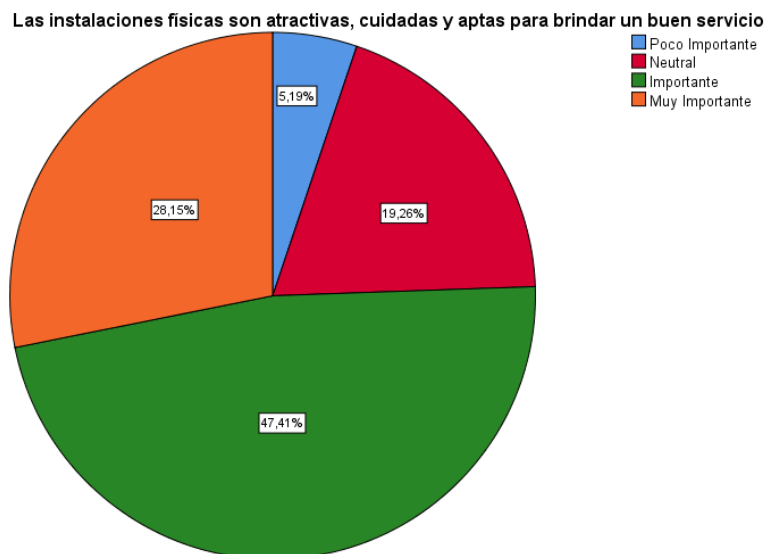
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	7	5,2	5,2	5,2
Neutral	26	19,3	19,3	24,4
Importante	64	47,4	47,4	71,9
Muy Importante	38	28,1	28,1	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En este elemento sobre las instalaciones físicas se obtiene que 64 personas encuestadas con un 47,4% consideran importante que las instalaciones sean atractivas y bien cuidadas; mientras que 38 personas encuestadas con 28,1% consideran muy importante este elemento; 26 personas encuestadas con 19,3% se encuentran en un estado neutro en cuanto a este elemento y apenas 7 personas encuestadas con un valor del 5,2% consideran poco importante que las instalaciones físicas se encuentren en buen estado y aptas para brindar un buen servicio.

**Gráfico 14** Pregunta 3



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 17** Pregunta 4

**La señalética de las oficinas es adecuada para la orientación de los empleados**

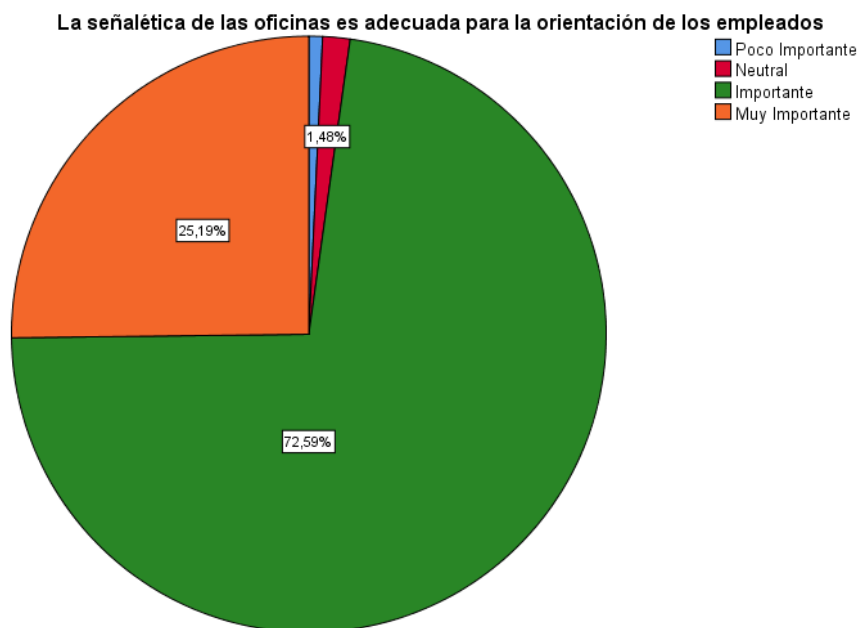
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	1	,7	,7	,7
Neutral	2	1,5	1,5	2,2
Importante	98	72,6	72,6	74,8
Muy Importante	34	25,2	25,2	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En cuanto a este ítem se observa que 98 personas encuestadas con un 72,6% consideran importante la señalética en las oficinas y 34 de las personas encuestadas con un 25,2% consideran muy importante este factor para una adecuada orientación de la señalética, en los últimos lugares tenemos a 2 personas que representan el 1,5% afirman su neutralidad frente a este ítem, en cambio 1 persona es decir el 0,7% considera poco importante.

**Gráfico 15** Pregunta 4



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 18** Pregunta 5

**El servicio que ofrece responde a las necesidades de los usuarios**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	23	17,0	17,0	17,0
Neutral	66	48,9	48,9	65,9
Importante	34	25,2	25,2	91,1
Muy Importante	12	8,9	8,9	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En relación a si el servicio ofertado responde a las necesidades tenemos los siguientes resultados: 66 personas encuestadas con un 48,9% afirman que la respuesta que ofrecen a sus usuarios no están optima por tanto se mantienen neutrales en dicho apartado; 23 de las personas encuestadas con un 17% consideran poco importante dicho factor; 34 personas encuestadas con un 25,2% lo consideran importante y apenas solo 12 personas encuestadas con un 8,9% lo consideran muy importante ofrecer un servicio que responda a las necesidades de los usuarios.

**Gráfico 16** Pregunta 5



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 19** Pregunta 6

**Cuando los empleados brindan sus servicios lo hacen de manera eficiente**

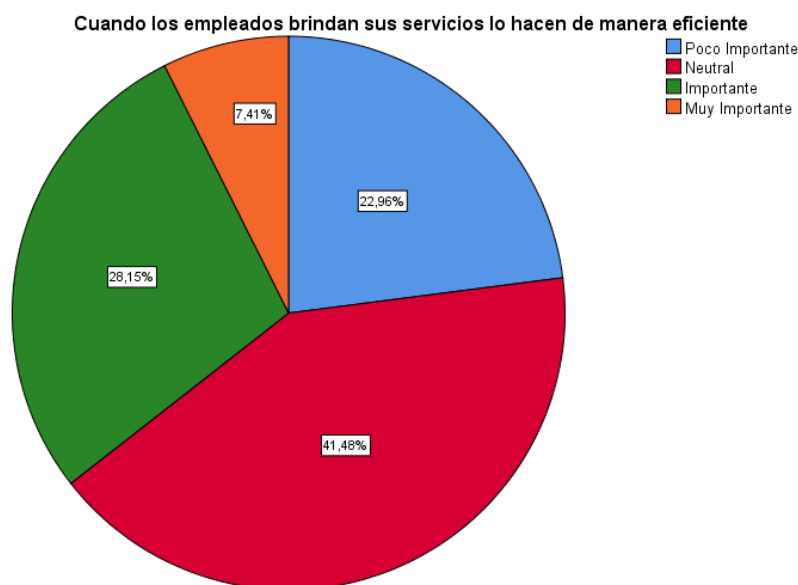
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	31	23,0	23,0	23,0
Neutral	56	41,5	41,5	64,4
Importante	38	28,1	28,1	92,6
Muy Importante	10	7,4	7,4	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En base a que si los empleados brindan sus servicios de manera eficiente, 56 personas encuestadas con 41,5% están en estado neutro; 38 personas encuestadas con 28,1% mencionan que es importante brindar los servicios de manera eficiente; 31 personas encuestadas con 23% mencionan poco importante este factor y solamente 10 de las personas encuestadas con un 7,4% consideran muy importante que le servicio que ofrecen sea realizado de manera eficiente y lograr de esta manera la satisfacción total de los usuarios.

**Gráfico 17** Pregunta 6



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 20** Pregunta 7

**La entidad proporciona servicios de calidad**

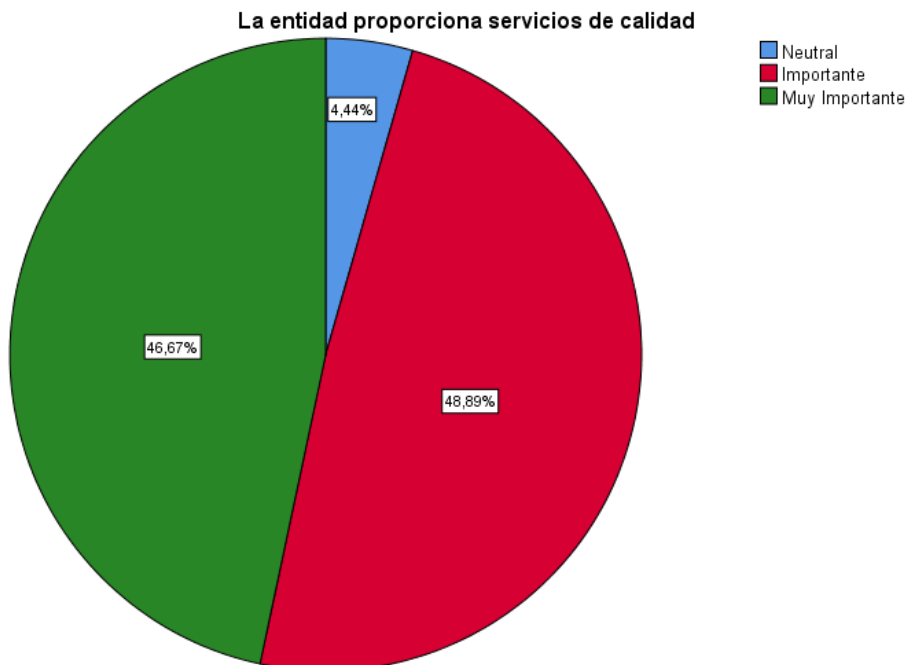
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Neutral	6	4,4	4,4	4,4
Importante	66	48,9	48,9	53,3
Muy Importante	63	46,7	46,7	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En este ítem los resultados obtenidos mencionan que 66 personas encuestadas con un 48,9% consideran importante que la entidad proporcione un servicio de calidad; 63 de las personas encuestadas con 46,7% consideran muy importante este factor y solo 6 personas encuestadas con un 4,4% se encuentran en estado neutro con este factor.

**Gráfico 18** Pregunta 7



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 21** Pregunta 8

**Cada vez que solicita capacitaciones sobre alguna modificación de los servicios recibe la ayuda solicitada**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	19	14,1	14,1	14,1
Neutral	47	34,8	34,8	48,9
Importante	28	20,7	20,7	69,6
Muy Importante	41	30,4	30,4	100,0
Total	135	100,0	100,0	

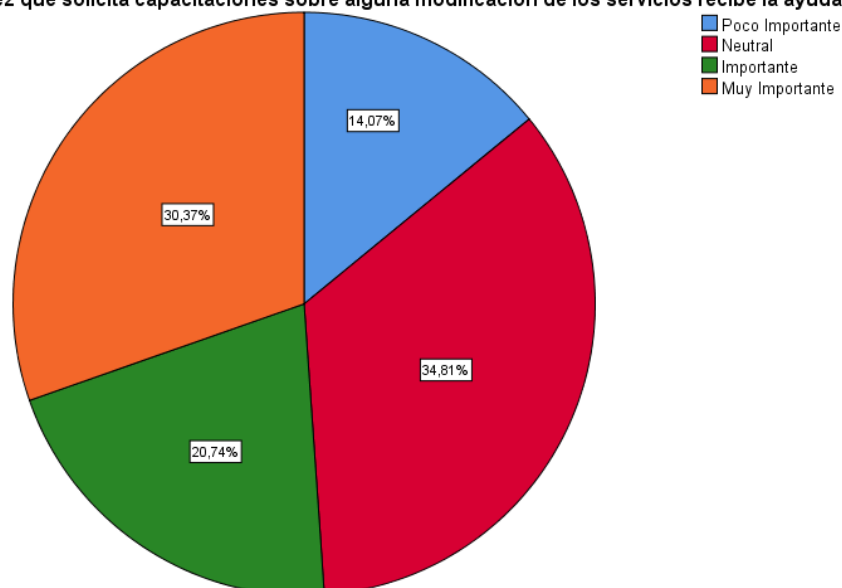
**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos de este elemento arroja que 47 de las personas encuestadas con un 34,8% se encuentran en estado neutro; 41 de las personas encuestadas con un 30,4% mencionan que es muy importante contar con capacitaciones al momento de que haya alguna modificación de los servicios; 28 de las personas encuestadas con 20,7% mencionan importante este elemento; y apenas 19 personas con un 14,1% mencionan un poca importancia con este tema de las capacitaciones dentro de esta organización pública.

**Gráfico 19** Pregunta 8

**Cada vez que solicita capacitaciones sobre alguna modificación de los servicios recibe la ayuda solicitada**



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 22** Pregunta 9

**Los empleados brindan los servicios con empatía a los usuarios**

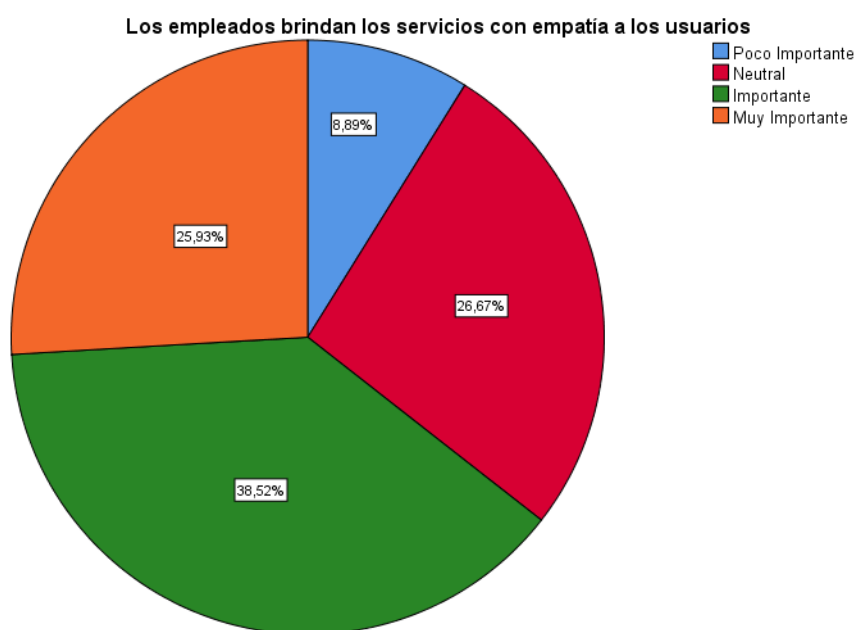
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	12	8,9	8,9	8,9
Neutral	36	26,7	26,7	35,6
Importante	52	38,5	38,5	74,1
Muy Importante	35	25,9	25,9	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

El resultado a que si los empleados tienen empatía al momento de brindar los servicios los resultados que arroja es que 52 de las personas encuestadas con 38,5% consideran importante la empatía de los empleados; por otra parte 36 de las personas encuestadas con un 26,7% se encuentran en neutro con este elemento; mientras que 35 de los encuestados con un 25,9% mencionan que es muy importante dicho elemento y apenas 12 personas encuestadas con un 8,9% consideran poco importante la empatía al momento de brindar un servicio.

**Gráfico 20** Pregunta 9



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 23** Pregunta 10

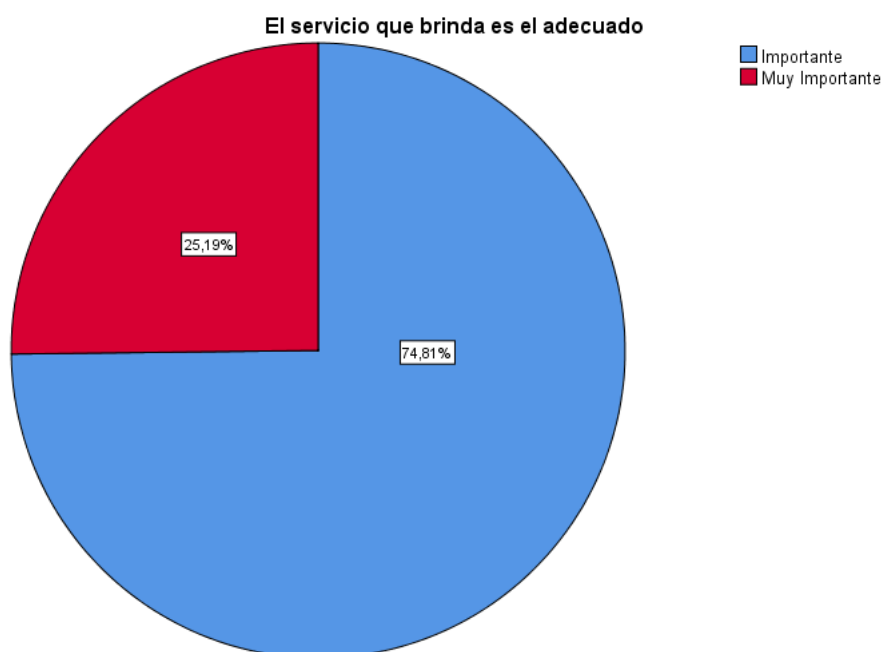
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	101	74,8	74,8	74,8
	Muy Importante	34	25,2	25,2	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En relación a que si consideran que el servicio que brindan es el adecuado tenemos que 101 de las personas encuestadas con un 74,8% consideran importante este elemento; 34 de las personas encuestadas con un 25,8% consideran muy importante este factor, cabe mencionar que la mayoría recalca que el servicio brindado es adecuado.

**Gráfico 21** Pregunta 10



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca



**Tabla 24** Pregunta 11

**Hay disponibilidad de los empleados para atender a los usuarios**

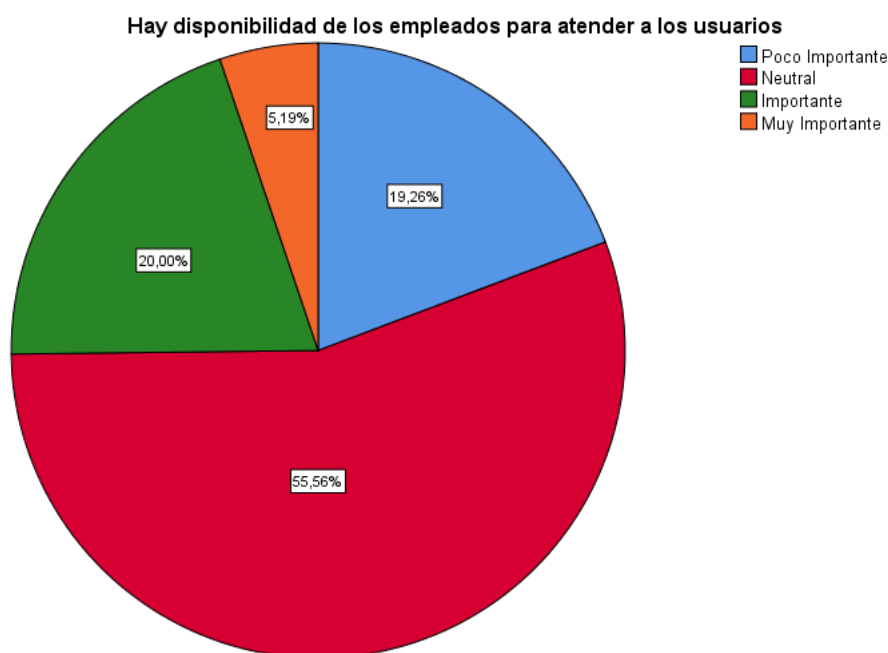
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	26	19,3	19,3	19,3
Neutral	75	55,6	55,6	74,8
Importante	27	20,0	20,0	94,8
Muy Importante	7	5,2	5,2	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

Los resultados arrojados en este ítem menciona que 75 personas encuestadas con 55,6% se encuentran en estado neutro; 27 de las personas encuetadas con un 20% mencionan que es importante que exista disponibilidad de los empleados en brindar una atención de calidad a los usuarios; con un porcentaje bajo de 5,2% que equivale a 5,2 personas encuestadas mencionan que es muy importante dicho elemento y con un 19,3% con un total de 26 personas indican que es poco importante si hay disponibilidad de los empleados en atender los requerimientos de los usuarios.

**Gráfico 22** Pregunta 11



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 25** Pregunta 12

**Que tan serviciales son los empleados en la atención al cliente**

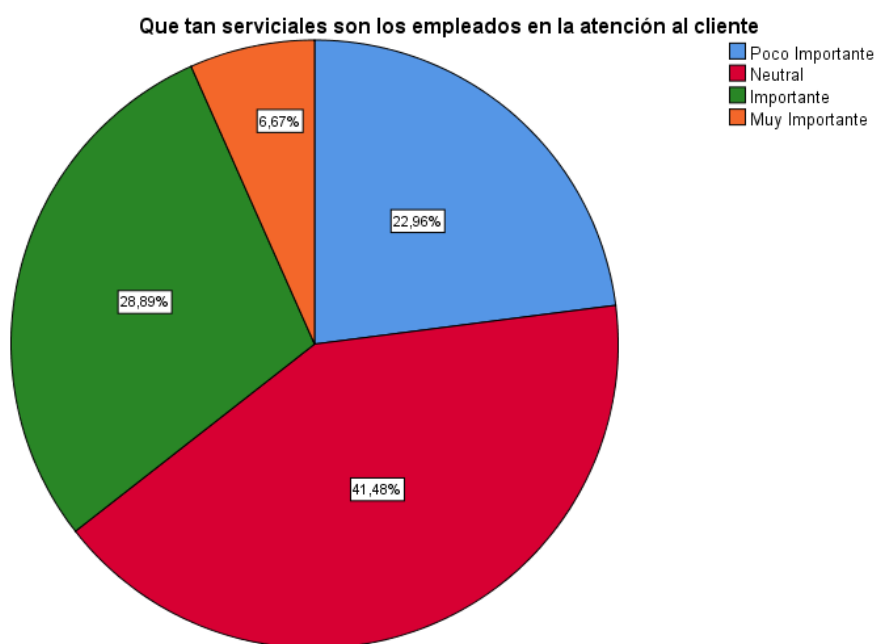
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	31	23,0	23,0	23,0
Neutral	56	41,5	41,5	64,4
Importante	39	28,9	28,9	93,3
Muy Importante	9	6,7	6,7	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

Aquí se puede notar que tan serviciales son los empleados para atender a los clientes con un 41,5% que equivale a 56 encuestados se encuentran en estado neutro con este elementos; 39 personas encuestadas con un 28,9% menciona importante que los empleados sean serviciales al momento de brindar atención al cliente; 31 de las personas encuestadas con un 23% mencionan que este factor es poco importante; y tan solo 9 personas con un 6,7% consideran muy importante que los empleados sean serviciales para brindar un servicio de calidad y atención.

**Gráfico 23** Pregunta 12



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 26** Pregunta 13

**La atención que brinda los empelados es rápida**

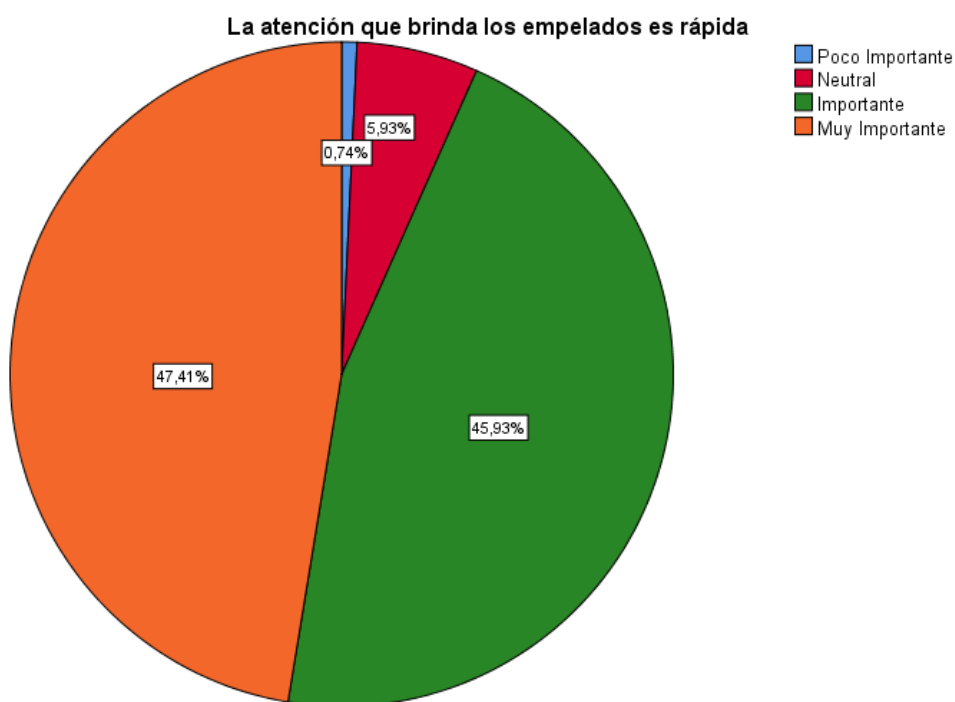
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	1	,7	,7	,7
Neutral	8	5,9	5,9	6,7
Importante	62	45,9	45,9	52,6
Muy Importante	64	47,4	47,4	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

Con un total de 64 personas encuestadas con un 47,4% mencionan que es muy importante una atención rápida; y no muy lejos 62 personas encuestadas con un 45,9% mencionan que es importante; y con un número bajo de 8 personas con un 5,9% están en neutro en base a este elemento y finalmente 1 persona estima que es poco importante la atención en esta institución.

**Gráfico 24** Pregunta 13



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 27** Pregunta 14

**El comportamiento de los empleados inspira confianza**

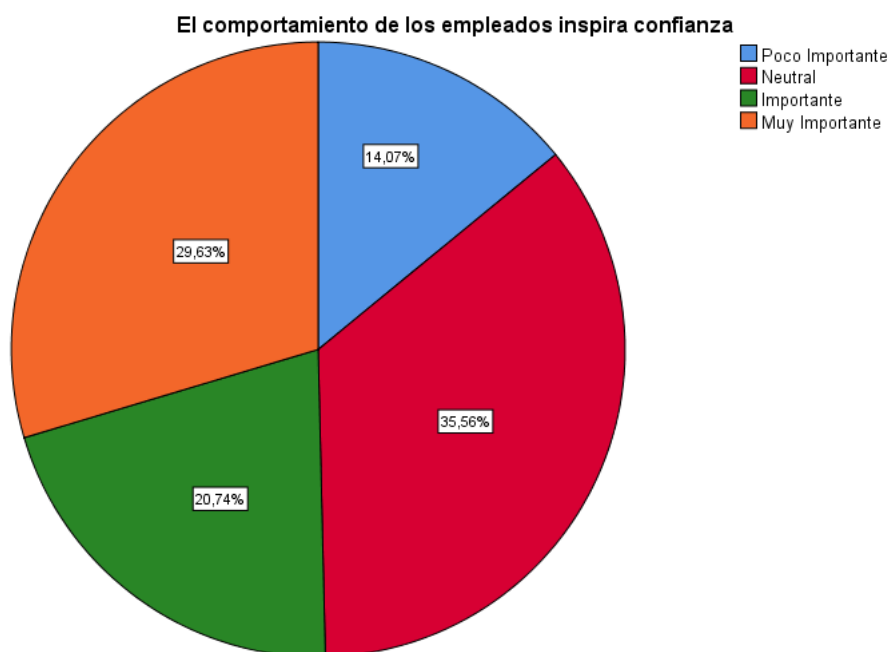
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	19	14,1	14,1	14,1
Neutral	48	35,6	35,6	49,6
Importante	28	20,7	20,7	70,4
Muy Importante	40	29,6	29,6	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

Con un total de 48 personas encuestadas con un valor de 38,6% se encuentran en un estado neutral; para 40 personas encuestadas con 29,6% mencionan que es muy importante que el comportamiento de los empleados sea de calidad para que inspire confianza; mientras que 28 personas encuestadas con 20,7% mencionan que es importante este elemento; y 19 personas encuestadas con un 14,1% mencionan que es poco importante el hecho que el comportamiento de los empleados inspire confianza al momento de brindar un servicio.

**Gráfico 25** Pregunta 14



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 28** Pregunta 15

**Los empleados demuestran igualdad para todos sus usuarios**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	10	7,4	7,4	7,4
Neutral	31	23,0	23,0	30,4
Importante	55	40,7	40,7	71,1
Muy Importante	39	28,9	28,9	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

Con un total de 55 personas encuestadas con 40,7% mencionan que es importante que los empleados demuestren igualdad a todos los usuarios; 39 personas es decir el 28,9% afirman que es muy importante el trato igualitario entre los empleados, mientras que 31 personas con un 23% mencionan estar en un estado neutro, y 10 personas encuestadas con 7,4% mencionan que es poco importante que los empleados demuestren igualdad a todos los usuarios de la organización de estudio.

**Gráfico 26** Pregunta 15



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 29** Pregunta 16

**Los usuarios tienen la seguridad de realizar sus servicios en la entidad**

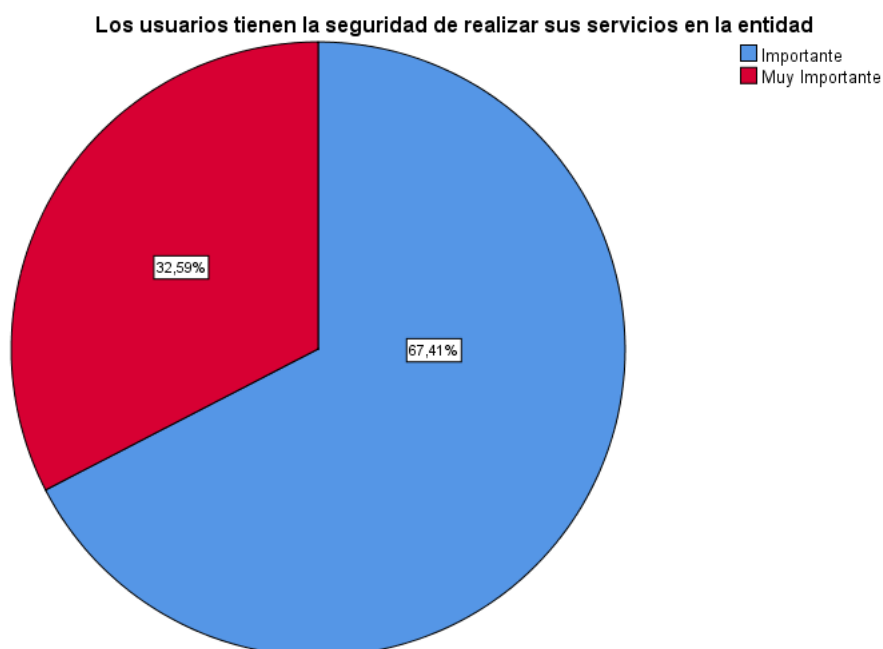
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Importante	91	67,4	67,4	67,4
Muy Importante	44	32,6	32,6	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En esta interrogante se obtuvo los siguientes resultados con 91 personas encuestadas con 67,4% mencionan que es importante que los usuarios tengan seguridad al hacer uso de los servicios dentro de la entidad pública que se analiza en esta investigación; mientras que para 44 personas encuestadas con un 32,6% mencionan que es muy importante este elemento.

**Gráfico 27** Pregunta 16



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 30** Pregunta 17

**Durante la atención los empleados respetan la privacidad en la información requerida**

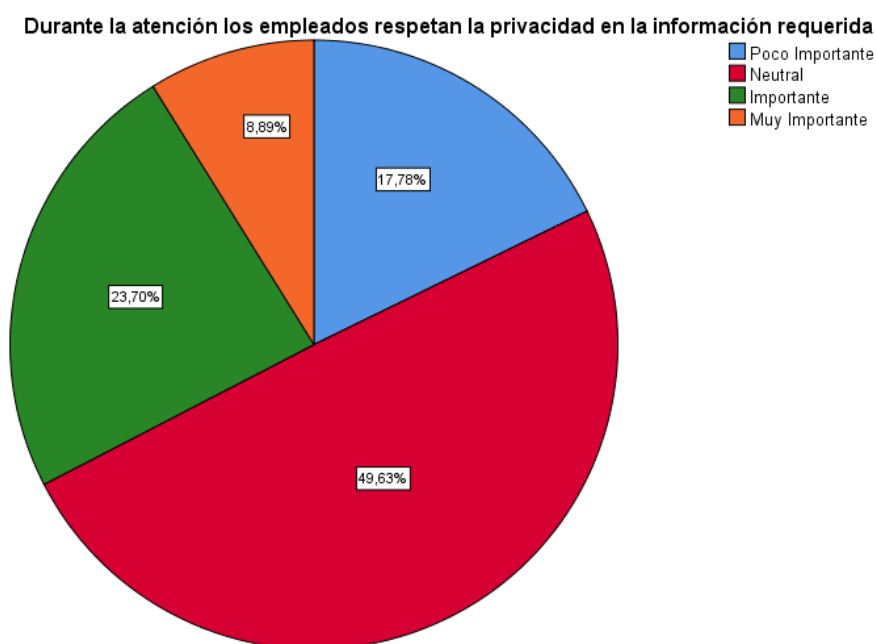
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	24	17,8	17,8	17,8
Neutral	67	49,6	49,6	67,4
Importante	32	23,7	23,7	91,1
Muy Importante	12	8,9	8,9	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

Aquí se obtuvo que 67 de las personas encuestadas con 49,6% están en neutro; mientras que 32 personas encuestadas con 23,7% mencionan que es importante que durante la atención los empleados respeten la privacidad de la información que los usuarios brindan; 24 de las personas encuestadas con un 17,8% mencionan que este elemento es de poca importancia; y con un número bajo de 12 personas encuestadas con 8,9% mencionan que el respeto de la privacidad de la información dada a los empleados es muy importante.

**Gráfico 28** Pregunta 17



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 31** Pregunta 18

**La entidad se interesa por brindar una atención individualizada**

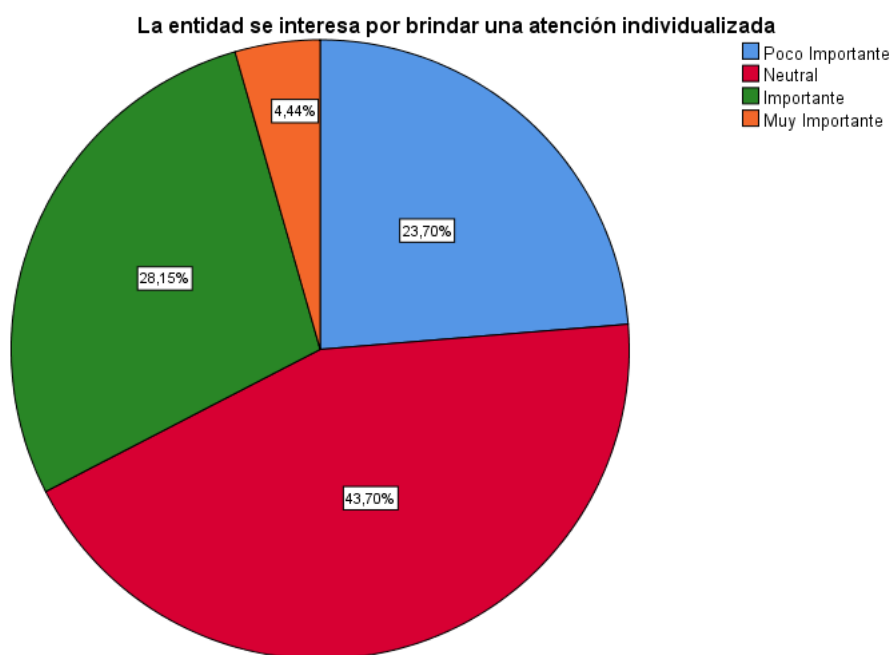
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	32	23,7	23,7	23,7
Neutral	59	43,7	43,7	67,4
Importante	38	28,1	28,1	95,6
Muy Importante	6	4,4	4,4	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En esta pregunta la mayoría de las personas encuestadas con un número de 59 con 43,7% se encuentra en modo neutro; mientras que 38 personas encuestadas con 28,1% mencionan que es importante que la entidad de estudio se interese por brindar un atención personalizada a los usuarios; mientras que 32 personas encuestadas con 23,7% mencionan este factor poco importante; y tan solo 6 de las personas encuestadas con 4,4% mencionan que es muy importante una atención personalizada por parte del Registro Civil zonal 3.

**Gráfico 29** Pregunta 18



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca



**Tabla 32** Pregunta 19

**Los empleados demuestran amabilidad y buen trato**

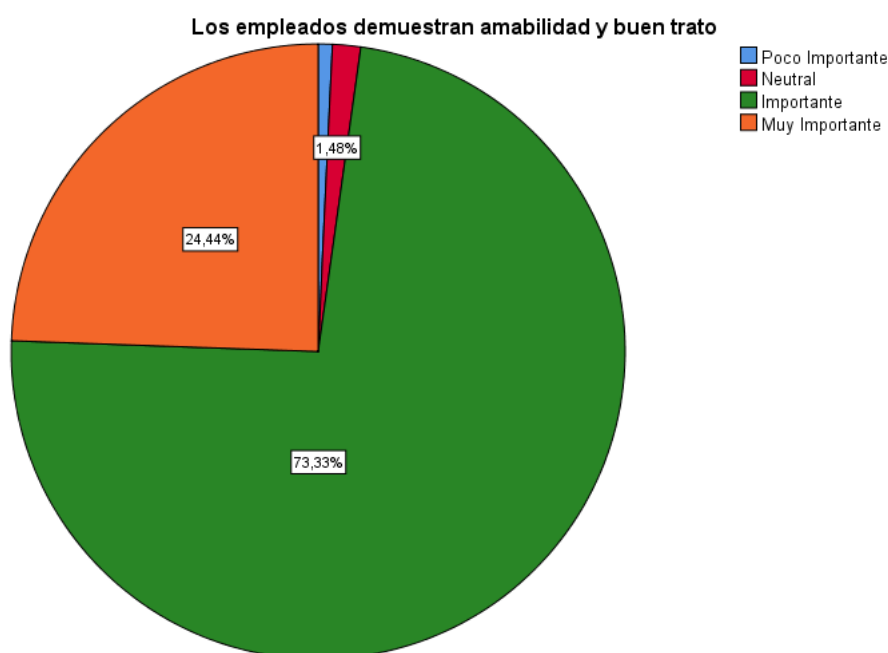
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	1	,7	,7	,7
Neutral	2	1,5	1,5	2,2
Importante	99	73,3	73,3	75,6
Muy Importante	33	24,4	24,4	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En este elemento se obtuvo como resultado que 99 de las personas encuestadas con 73,3% menciona que es importante que los empleados demuestren amabilidad y buen trato a los usuarios; y 33 personas encuestadas con 24,4 % mencionan que es muy importante; 2 personas con un 1,5 afirman que es neutral la amabilidad del personal y apenas 1 personas con 0,7% aseguran que es poco importante este elemento.

**Gráfico 30** Pregunta 19



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 33** Pregunta 20

**Los empleados se preocupan por los intereses de los usuarios**

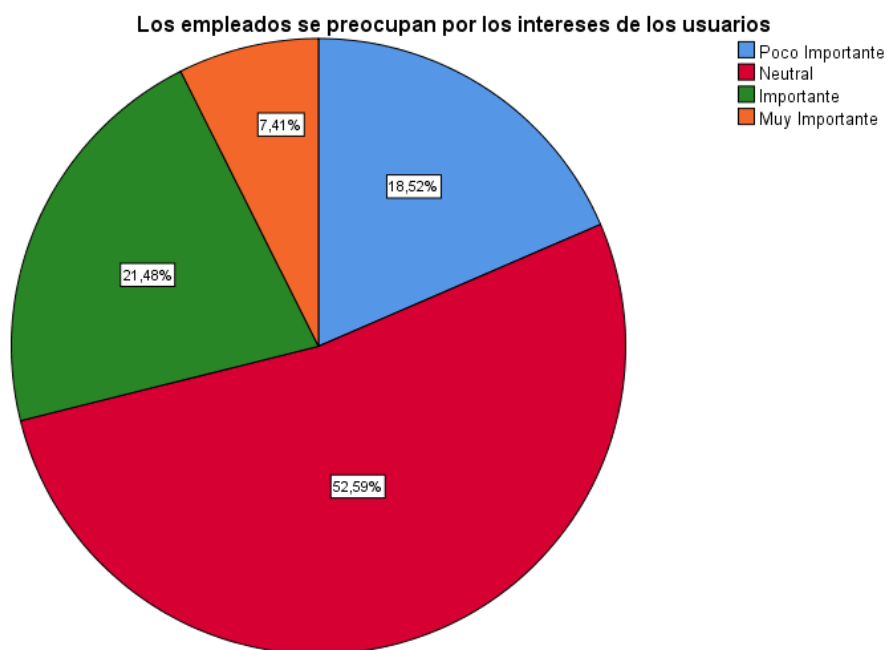
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	25	18,5	18,5	18,5
Neutral	71	52,6	52,6	71,1
Importante	29	21,5	21,5	92,6
Muy Importante	10	7,4	7,4	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En este ítem se obtuvo que 71 de las personas encuestadas con 52,6% se encuentran en estado neutro; mientras que 29 de las personas con 21,5% mencionan importante que los empleados de la entidad en estudio se preocupen por los intereses de los usuarios; 25 de las personas encuestadas con un 18,5% mencionan que este elemento es poco importante; y con número de 10 personas encuestadas con 7,4% mencionan que es muy importante la preocupación de los empleados hacia los intereses de los usuarios.

**Gráfico 31** Pregunta 20



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 34** Pregunta 21

**La entidad cumple los horarios establecidos para todos los usuarios**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	30	22,2	22,2	22,2
Neutral	54	40,0	40,0	62,2
Importante	41	30,4	30,4	92,6
Muy Importante	10	7,4	7,4	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

En cuanto a que si la entidad cumple con los horarios establecidos se obtuvieron los siguientes resultados: 54 de las personas encuestadas con 40,0% se encuentran en estado neutro; mientras que 41 de las personas encuestadas con 30,4% menciona que es importante que la entidad cumpla con sus horarios; 30 de las personas encuestadas mencionan que es poco importante este elemento; y tan solo 10 de las personas encuestadas menciona que es muy importante que los horarios de atención establecidos sean cumplidos para satisfacción de los usuarios.

**Gráfico 32** Pregunta 21



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 35** Pregunta 22

**Los empleados comprenden las necesidades específicas de cada uno de los usuarios**

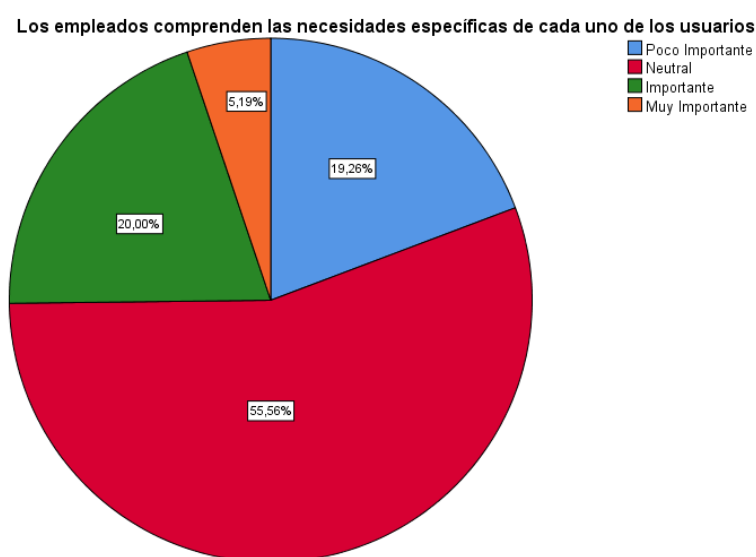
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco Importante	26	19,3	19,3	19,3
Neutral	75	55,6	55,6	74,8
Importante	27	20,0	20,0	94,8
Muy Importante	7	5,2	5,2	100,0
Total	135	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Interpretación:**

Es primordial que los empleados comprendan las necesidades de los usuarios es por ello que en este elemento se obtuvo los siguientes resultados con un número elevado de 75 personas encuestadas con 55,6% están en neutro con este elemento; mientras que para 27 personas encuestadas con 20% mencionan que es importante que los empleados comprendan las necesidades de cada uno de los usuarios; en tanto que para 26 personas encuestadas con 19,3% este elemento es de poca importancia; y para un menor número de personas encuestadas 7 con 5,2% consideran muy importante el elemento antes mencionado.

**Gráfico 33** Pregunta 22



**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

### 3.3 Verificación de hipótesis

Después de realizar la respectiva tabulación de los resultados obtenidos en la encuesta, es importante el realizar la verificación de la hipótesis, para lo cual es necesario aplicar el método estadístico conocido como Chi cuadrado, el cual es un coeficiente en el cual se da validez a la hipótesis con la cual se desarrolla cualquier proceso de investigación.

De acuerdo con el autor (Sanchez, 2017) confirma que los tipos de hipótesis pueden ser los siguientes:

- **Hipótesis Nula:** se la conoce como la suposición que es empleada para negar o confirmar la relación existente en la relación poblacional con uno determinado parámetro impuesto por las técnicas de administración.
- **Hipótesis alternativa:** es aquella hipótesis que prueba los resultados obtenidos en la investigación que fue realizada en la muestra.

Según el autor (González, 2013) el chi cuadrado es el método de análisis de las variables más utilizado en la comunidad científica, esto se debe a su fácil utilización y sobre todo a la confiabilidad de los resultados obtenidos, su fórmula es:

$$X^2 = \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$$

**Donde:**

**Fo=** frecuencia Observada

**Fe=** Frecuencia esperada

**X<sup>2</sup>=** Chi cuadrado

#### **Formulación de la hipótesis de investigación**

- **Hipótesis Nula (H0):** La cultura organización NO influye en la calidad del servicio que brinda el personal operativo de la coordinación zonal 3 del registro civil, identificación, cedulação y servicios electrónicos.
- **Hipótesis Alternativa H1:** La cultura organización SI influye en la calidad del servicio que brinda el personal operativo de la coordinación zonal 3 del registro civil, identificación, cedulação y servicios electrónicos.

## Proceso para la verificación de la hipótesis

### a. Especificación del estadígrafo

**Tabla 36** Puntuaciones finales de la variable independiente

Opciones	Nro. de Encuestados	Porcentajes %
Nada Importante (1)	0	0,00
Poco Importante (2)	25	18,52
Neutral (3)	71	52,59
Importante (4)	29	21,48
Muy Importante	10	7,41
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 37** Puntuaciones finales de la variable dependiente

Opciones	Nro. de Encuestados	Porcentajes %
Nada Importante (1)	0	0,00
Poco Importante (2)	12	8,89
Neutral (3)	36	26,67
Importante (4)	52	38,52
Muy Importante	35	25,93
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

### Nivel de significancia

Para desarrollar este documento investigativo fue necesario aplicar el coeficiente llamado Chi cuadrado, empleando un margen de error de 5%, posteriormente, fue necesario la utilización de un intervalo de confianza de 0,05, es decir se empleó un nivel de significancia del 5%.

$$\alpha = \text{Nivel de significacion} \quad \text{donde: } \alpha = 5\% = 0,05$$

## Grados de libertad

- $Gl = \text{Grados de Libertad}$
- $Gl = (5 \text{ Columnas}) (2 \text{ Filas})$
- $Gl = 5 - 1 * (2 - 1)$
- $Gl = 4 * (1)$
- $Gl = 4$

Se establece que los grados de libertad son iguales a 4, la cual contara con un nivel de significancia de 0,05, lo cual nos proporciona un índice de 9,49 en la tabla de distribución del Chi cuadrado.

**Tabla 38** Frecuencias Observadas

Cultura Organizacional	0	25	71	29	10	135
Servicios de calidad	0	12	36	52	35	135
Total	0	37	107	81	45	270

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 39** Frecuencias esperadas

Cultura Organizacional	0	18,5	53,5	40,5	22,5	135
Servicios de calidad	0	18,5	53,5	40,5	22,5	135
Total	0	37	107	81	45	270

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

Para obtener las frecuencias observadas ( $F_o$ ) se procedió a realizar una tabla cruzada entre las dos variables que conforman este documento investigativo, mientras que para el caso de las frecuencias esperadas ( $F_e$ ) se utilizó realizo una repartición equitativa entre las filas que conforman la tabla.

**Tabla 40** Cálculo del chi Cuadrado

<b>Observadas (O)</b>	<b>Esperadas E</b>	<b>O-E</b>	<b>(O-E) ^2</b>	<b>(O-E) ^2/E</b>
25	18,5	6,5	42,25	2,2838
71	53,5	17,5	306,25	5,7243
29	40,5	-11,5	132,25	3,2654
10	22,5	-12,5	156,25	6,9444
12	18,5	-6,5	42,25	2,2838
36	53,5	-17,5	306,25	5,7243
52	40,5	11,5	132,25	3,2654
35	22,5	12,5	156,25	6,9444
<b>270</b>	<b>270</b>			<b>36,44</b>

**Elaborado por:** Carlos Montesdeoca

**Tabla 41** Análisis prueba estadística Chi Cuadrado

<b>Grados de Libertad</b>	<b>Chi cuadrado calculado</b>	<b>Chi Cuadrado Tabla</b>
4	36,44	9,49

**Interpretación:**

Según los resultados calculados en bases a las frecuencias obtenidas y esperadas, se puede concluir que, el valor obtenido es de 36,44 contando con un nivel de significancia de 0,05 y con 4 grados de libertad, este resultado obtenido es superior al valor obtenido en las tablas de distribución de Chi cuadrado, siendo 9,49 lo que en otras palabras quiere decir que se rechaza la hipótesis nula y por tanto se concluye que La cultura organización SI influye en la calidad del servicio que brinda el personal operativo de la coordinación zonal 3 del registro civil, identificación, cedulación y servicios electrónicos.



## **CAPITULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 CONCLUSIONES**

Los resultados obtenidos permiten concluir que en la dimensión de empatía se necesita mayor organización, porque no se está prestando el servicio de calidad que la institución debe ofrecer, puesto que al no existir empatía del personal operativo hacia los usuarios se presentan muchos malos entendidos y el usuario crea la sensación de que no le atienden bien o que los empleados no se preocupan por sus necesidades, también hay que analizar que el personal operativo realiza su trabajo en base a procesos y procedimientos ya estipulados por la institución.

Se debe tomar en cuenta los altos tiempos de espera, debido a que los usuarios tienen la perspectiva que algunos trámites son burocráticos y que se lo podría realizar en menor tiempo o en un solo módulo de atención al cliente.

La dimensión de confiabilidad debe ser analizada ya que los usuarios al no ver solventadas sus necesidades han generado cierta desconfianza hacia la institución, sin embargo, la ciudadanía acude al Registro Civil por la necesidad de los servicios que la institución ofrece.

En base a la capacidad de respuesta falta aún establecer una atención personalizada a los requerimientos de los usuarios ya que no es suficiente con tener una buena infraestructura que ayuda al factor de imagen tangible, sino también debe ir ligada a la calidad del servicio que es el factor intangible.

## **4.2 RECOMENDACIONES**

Abordar las quejas de los usuarios es decir realizar un análisis semanal de las quejas expuestas en el buzón para que sean tomadas en cuenta y poder realizar cambios en beneficio de la entidad y los usuarios; brindar así solución a los problemas de manera satisfactoria a la primera ocasión.

Mejorar la estrategia de la utilización de un lenguaje adecuado esto debido a que los usuarios que acuden a esta entidad son considerados pluricultural por lo que puede existir diferentes interpretaciones y su principal aportación debe ser girar en un entorno de hacer que el usuario se sienta bien.

El Registro Civil debe asegurar con empatía la calidad del servicio ya que los usuarios buscan que los empleados valoren su tiempo, por lo que es primordial no descuidar la agilidad en la atención al cliente.

Brindar soluciones a los problemas de manera eficiente ya que de esta manera se demuestra que el personal está capacitado y a su vez demuestra que tiene interés por satisfacer las necesidades de los usuarios.

La retroalimentación es una estrategia por considerar ya que es importante escuchar a los usuarios, esto generará confianza con la entidad y romperá barreras en la comunicación.

Es importante estandarizar los procesos de atención en un documento donde se detallen normas y consejos para todos los miembros de la organización mismos que garantizarán la satisfacción de los clientes tanto internos como externos con el fin de que los empleados sepan cómo dar un buen trato a los usuarios con rapidez y precisión.

## 5. Bibliografía

- Bigia, E., García, M., & Chacón, E. (2018). Cultura institucional y su impacto en las prácticas de lectura y escritura en la universidad. *Perspectivas*, 3(2), 1-14. doi:<https://doi.org/10.22463/25909215.1588>
- Blanco, J. (2017). Estilos de Gestión y Cultura Institucional en las Organizaciones Escolares. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 15(1), 1-15. doi:<http://dx.doi.org/10.15665/re.v15i1.611>
- Borja, L. (2017). Cultura organizacional y gestión pública de los servicios de salud en Colombia. *Revista A&D*, 47(2), 1-24. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403421>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Empresarial*, 13(2), 1-15. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>
- Carosio, A., & Olivera, Á. (2014). Tópicos, métodos y problemas de investigación en ciencias administrativas. Comisión de Estudios de Postgrado.
- Carrasco, E. (2008). *Aspectos prácticos de la calidad en el servicio*. España: Vértice S.L.
- Carrillo, Á. (2016). Medición de la Cultura Organizacional. *Ciencias Administrativas*, 4(8), 1-13. Obtenido de <http://revistas.unlp.edu.ar/CADM>
- Cervantes, V., Stefanell, C., Peralta, P., & Salgado, R. (2018). Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de Barranquilla. *Ciencias Administrativas*, 6(11), 1-14. doi:<https://doi.org/10.24215/23143738e017>
- Contreras, S., & Novoa, F. (2018). Ventajas del alfa ordinal respecto al alfa de Cronbach ilustradas con la encuesta AUDIT-OMS. *Revista Panamericana Salud Publica*, 42(7), 1-8. doi:<https://doi.org/10.26633/RPSP.2018.65>
- Cubillos, M., & Rodríguez, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de La Salle*, 80-99. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls/vol2009/iss48/4/>
- Cuenca, R., & López, H. (2020). Estudio de la gestión del compromiso y cultura organizacional de FLACSO. 1-14. doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2020.37.4>
- Daza, A., Vilorio, J., & Miranda, L. (2019). Gerencia del talento humano y calidad del servicio educativo en universidades públicas de la Región Caribe de Colombia. *Revista ESPACIOS*, 40(44), 1-11. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n44/a19v40n44p10.pdf>
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.

- Díaz, R., & Flores, K. (2020). Cultura organizacional y Sustentabilidad empresarial en las Pymes durante crisis periodos de confinamiento social. *CIID Journal*, 1(28), 1-12. doi:<https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.40>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 1-18. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Duque, E., & Gómez, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: una mirada desde la educación superior. *Suma de negocios*, 5(12), 180-191. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2215910X14700400?token=C7CFB5CB0E96A7A2CEC7374F5C41F5D030F225FC5C85FEB89ECDBAF004A18C6E3BF215CA9BA742F150DB630D73D519C4&originRegion=us-east-1&originCreation=20211128022635>
- Estatuto Orgánico por Procesos Dirección General de Registro Civil. (19 de Marzo de 2019). Quito: DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACION Y CEDULACIÓN.
- Estatuto Orgánico por Procesos Dirección General de Registro Civil. (19 de Marzo de 2019). Quito: DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACION Y CEDULACIÓN.
- Flores, C. (2011). *Calidad de servicio para pequeño comercio. Guía de aplicación de la serie UNE 175001*. Madrid, España: Aenor Ediciones.
- Fontalvo, T., Dominguez, E., & Hoz, E. D. (2020). Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. *Información Tecnológica*, 31(4), 1-8. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400027>
- Gálvez, P., Grimaldi, M., & Sánchez, A. (2017). Cultura organizacional y satisfacción laboral: Propiedades psicométricas de una escala en centros de fitness. *Revista de Psicología del Deporte*, 26(4), 1-7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2351/235152047019.pdf>
- García, J., & Cavieles, C. (2011). Cultura organizacional en hospitales. *Revista salud historia sanidad*, 6(1), 1-13. Obtenido de <http://agenf.org/ojs/index.php/shs/article/view/93/92>
- González, L. (2013). *Estadística Descriptiva y Probabilidad*. Bogota: Editorial Coordinacion Universitaria.
- Hernández, J., & Fernández, H. (2020). Diagnóstico sociopsicológico de la cultura organizacional en una empresa de servicios. *Estudios del Desarrollo Social*, 8(1), 1-18. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322020000100005](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322020000100005)
- Hernandez, R. (2018). *Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias*. México: McGraw-Hill Interamericana.

- Hrnjic, A. (2016). The transformation of higher education: evaluation of CRM concept application and its impact on student satisfaction. *Eurasian Bus Rev*,6(53), 1-24. doi:<https://doi.org/10.1007/s40821-015-0037-x>
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es control total de la*. Bogotá: Editorial Norma.
- Juran, J. (1990). *Juran y la planificación de la*. Madrid: Díaz de Santos.
- Juran, J. (1996). *Juran y la calidad por el diseño*. Madrid, (España): Ediciones Díaz de Santos S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=fURB60QH1RYC&oi=fnd&pg=PA6&dq=Aportaciones+principales+%E2%80%93+Joseph+Juran&ots=RqnuYacHnZ&sig=bJp0Y5UdfFuwkIHaaw4uvoYagwA#v=onepage&q=Aportaciones%20principales%20%E2%80%93%20Joseph%20Juran&f=false>
- Larios, A., & González, A. (2017). La calidad del servicio interno en el sector hotelero: objeto e instrumento de estudio. *Teoría y Praxis*, 113-136. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456152576006.pdf>
- Lezcano, L., & Cardona, J. (2018). Evaluación de la calidad de los servicios médicos según las dimensiones del SERVQUAL en un hospital de Colombia. *Archivos de medicina*,14(4), 1-9. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6804255>
- Llanos, M., & Bell, R. (2018). La Cultura Organizacional: Abordaje Conceptual y delimitación de variables para su estudio. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 5(2), 1-19. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.52.60>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, 1-22. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005)
- Mendez, E. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Universidad & Empresa*, 21(37), 136-169. doi:<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7681>
- Mendoza, P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información . (2016). *Gobierno del Ecuador*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/registro-civil-brinda-atencion-de-calidad/>
- Morales, L., Leiva, E., & Antillanca, H. (2007). Analisis de un modelo conversacional para ambientes virtuales de aprendizaje. *Ciencia y Ingeniería Neogranadina*,17(1), 1-10. Obtenido de <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rcin/article/view/1101/837>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá-Colombia: Ediciones de la U.

- Ochoa, L. G. (2012). *GESTIÓN DE LOS RECURSOS DE INTERNET: Aplicaciones en la educación superior*. Carolina del Norte: Lulu Enterprises, Inc. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=GMzOAwAAQBAJ&pg=PA70&dq=encuesta+online+que+es&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjEosnfj6XyAhUxQjABHY YxCKUQ6AEwAXoECACQAg#v=onepage&q=encuesta%20online%20que%20es&f=false>
- Padrón, E., Palafox, A., & Vargas, E. (2019). Cultura organizacional e innovación en el sector hotelero: estado del conocimiento. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 1-22. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12249/2034>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 1-29. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/225083802\\_SERVQUAL\\_A\\_multiple-Item\\_Scale\\_for\\_measuring\\_consumer\\_perceptions\\_of\\_service\\_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-percep](https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-percep)
- Pareja, A., & Serale, F. (24 de Enero de 2021). *División de Innovaciones para Servir al Ciudadano del BID*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/administracion-publica/es/calidad-y-satisfaccion-ciudadana-con-el-registro-civil-y-la-gestion-de-la-identidad/>
- Pedraja, L., Marchioni, Í., Espinoza, C., & Muñoz, C. (2020). Liderazgo y cultura organizacional como factores de influencia en la calidad universitaria. *Formación Universitaria*, 13(5), 1-12. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000500003>
- Plafox, M., Ochoa, S., & Hernández, C. (2019). La cultura orgnizacional como base para la permanencia en las organizaciones. *San Gregorio*, 1-10. doi:<http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1109>
- Prada, E., Gutiérrez, G., & Salas, Á. (2016). Control interno de la calidad vs control externo de la calidad. *Revista del Laboratorio Clínico*, 9(2), 54-59. doi:<https://doi.org/10.1016/j.labcli.2016.04.003>
- Registro Civil. (2016). *RESOLUCIÓN N°. 0085-DIGERCIC-CGAJ-DNy P-2016*. Quito. Obtenido de [https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/codificacion\\_del\\_estatuto\\_de\\_gestion\\_organizacional\\_por\\_procesos\\_de\\_la\\_digercic.pdf](https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/codificacion_del_estatuto_de_gestion_organizacional_por_procesos_de_la_digercic.pdf)
- Registro Civil, I. y. (2021). *Gobierno del encuentro*. Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/politica-de-la-calidad/>
- Robbins, S. (2004). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*. México: Prentice Hall. Obtenido de [https://wdelreal.webnode.es/\\_files/200001764-493d44a378/CULTURA%20ORGANIZACIONAL.pdf](https://wdelreal.webnode.es/_files/200001764-493d44a378/CULTURA%20ORGANIZACIONAL.pdf)
- Sabino, C. (2000). *El proceso de la investigación: una introducción teórico-práctica*. México: EMFASAR Editores.

- Sanchez, M. (2017). *Investigaciones Cualitativas en Ciencia y Tecnología*. Mexico: CICTEC.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. España: Limusa.
- Torres, M., & Vásquez, L. (2010). La calidad: evolución de su significado y aplicación en servicios. *Publicaciones, Ciencia y Tecnología*, 4(2), 25-32. Obtenido de <https://revistas.uclave.org/index.php/pcyt/article/view/1084>
- Tovar, P. (27 de Mayo de 2020). Obtenido de Liferder: <https://www.liferder.com/philip-crosby/>
- Troya, J. (2016). *RESOLUCIÓN N°. 0085-DIGERCIC-CGAJ-DNy P-2016*. Quito. Obtenido de [https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/codificacion\\_del\\_estatuto\\_de\\_gestion\\_organizacion\\_por\\_procesos\\_de\\_la\\_digercic.pdf](https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/codificacion_del_estatuto_de_gestion_organizacion_por_procesos_de_la_digercic.pdf)
- Turpo, J., & Jaimes, D. (2006). Estudio de los vínculos entre cultura organizacional y calidad de los servicios educativos en la imagen institucional de una universidad privada confesional. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*, 7(1), 1-20. Obtenido de <https://apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe/index.php/revapuntes/article/view/203/pdf>
- Velázquez, Z., Toro, J. D., & García, I. (2019). LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS: REFERENTES TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS PARA SU EVALUACIÓN. *Didáctica y Educación*, 9(6), 191-207. Obtenido de <http://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/840>
- Vera, J., & Trujillo, A. (2018). El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México. *Contaduría y Administración*, 63 (2) , 1-22. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.003>
- Vidal, E. (2012). Aplicación y Validación de Especificaciones Formales Ligeras en el Modelo Conceptual: Reduciendo la ambigüedad e incrementando la Conformidad entre los Requerimientos y el Código. *Universidad La Salle Arequipa, Perú*, 1-9. Obtenido de [https://infonorchile2012.uta.cl/infonor2012\\_155187.pdf](https://infonorchile2012.uta.cl/infonor2012_155187.pdf)
- Villalba, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de vista*, 1-21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4776917.pdf>
- Villalba, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de vista*, 4(7), 51-72. Obtenido de <https://journal.poligran.edu.co/index.php/puntodevista/article/view/445/415>
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI Revista de Estudios en*

*Contaduría, Administración e Informática*,7(18), 1-20. Obtenido de <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268>

Zavala, J. (19 de septiembre de 2012). *Emprendices*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/los-mitos-de-la-calidad/>

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Díaz de Santos.



## 6. Anexos

### 6.1 Carta compromiso Registro Civil

#### CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 03/06/2021

Ing. Mba  
José Herrera Herrera.  
Presidente  
Unidad de Titulación  
Carrera de Organización de Empresas  
Facultad de Ciencias Administrativas.

Yo, Dr. Luis Gonzalo Reyes Sánchez en mi calidad de Coordinador Zonal 3 del Registro Civil, Identificación y Cedulación permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema **“La Cultura Institucional y la Calidad del Servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 de Registro Civil, Identificación, Cedulación y Servicios Electrónicos”** propuesto por el estudiante Carlos Sebastián Montesdeoca Buenaño portador de la Cédula de ciudadanía No. 1803599180, estudiante de la Carrera de Organización de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.



Escaneado en [registrocivil.gob.ec](https://www.registrocivil.gob.ec)  
**LUIS GONZALO  
REYES SANCHEZ**

.....  
Dr. Luis Gonzalo Reyes Sánchez  
1804074324  
(03)3731-040 ext. 37001 0998397384  
[luis.reyes@registrocivil.gob.ec](mailto:luis.reyes@registrocivil.gob.ec)

## 6.2 Distributivo del personal



Dirección General de Registro Civil,  
Identificación y Cedulación

### DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN COORDINACIÓN ZONAL 3

En la Coordinación Zonal 3, de Registro Civil Identificación y Cedulación, se tiene el siguiente detalle del personal que labora en el área operativa y administrativa, cifras que fueron tomadas en base al distributivo de personal del área de Talento Humano de la Zona 3.

❖ Personal área operativa:	135 servidores
❖ Personal área administrativa:	38 servidores

Particular que comunico para los fines pertinentes.

**ATENTAMENTE**



PILAR DEL SOCIO  
CÓRDOVA MONTERO

**ING. PILAR CÓRDOVA MONTERO**  
**ANALISTA TALENTO HUMANO ZONAL (E)**



### 6.3 Cuestionario SERVQUAL

Cuestionario de percepciones adaptado de Servqual

#### Evaluación del Servicio en el Registro Civil – Zona 3



- Lea con atención y responda cada uno de los ítems fundamentadas en la verdad.
- Las respuestas se analizan como respuestas en grupo y no como respuestas individuales, sus respuestas son solamente con fines académicos.



**Objetivo:** Recoger información necesaria para poder realizar mejoras en el servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del registro civil, identificación, cedulación y servicios electrónicos, para de esta manera conocer las percepciones y expectativas del personal operativo.

#### Datos Generales:

##### Genero

Masculino   
Femenino

##### Edad

20 - 30   
31 - 40   
41 - 50   
51 - 60

##### Provincia en la que labora en base a la distribución zonal 3

Cotopaxi   
Tungurahua   
Chimborazo   
Bolívar

##### Nivel de instrucción

Básica   
Bachillerato   
Superior   
Posgrado

**Información específica:**

Marcar con una “X” un número entre el 1 y el 5 siendo el 1 la mínima satisfacción y el 5 la máxima.

**Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

	1	2	3	4	5
1.- El personal dispone de equipos con apariencia moderna					
2.- Los elementos materiales (especies, micas) están disponibles para realizar su trabajo					
3.- Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio					
4.- La señalética de las oficinas es adecuada para la orientación de los empleados					

**Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio ofrecido de forma fiable y cuidadosa, tales como: eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y problemas.

5.- El servicio que ofrece responde a las necesidades de los usuarios					
6.- Cuando los empleados brindan sus servicios lo hacen de manera eficiente					
7.- La entidad proporciona servicios de calidad					
8.- Cada vez que solicita capacitaciones sobre alguna modificación de los servicios recibe la ayuda solicitada					
9.- Los empleados brindan los servicios con empatía a los usuarios					

**Capacidad de respuesta:** disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar un servicio de calidad.

10.- El servicio que brinda es el adecuado					
11.- Hay disponibilidad de los empleados para atender a los usuarios					
12.- Que tan serviciales son los empleados en la atención al cliente					
13.- La atención que brindan los empleados es rápida					

**Confiabilidad:** conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

14.- El comportamiento de los empleados inspira confianza y seguridad					
15.- Los empleados demuestran igualdad para todos sus usuarios					
16.- Los usuarios tiene la seguridad de realizar sus servicios en la entidad					
7.- Durante la atención los empleados respetan la privacidad en la información requerida.					

**Empatía:** Atención Individualizada que ofrecen los empleados a sus usuarios.

18.- La entidad se interesa por brindar una atención individualizada					
19.- Los empleados demuestran amabilidad y buen trato					
20.- Los empleados se preocupan por los intereses de los usuarios					
21.- La entidad cumple con los horarios establecidos para todos los usuarios					
22.- Los empleados comprenden las necesidades específicas de cada uno de sus usuarios					

¿Cómo empleado del área operativa como considera que brinda un servicio de calidad?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Considera usted que los empleados trabajan bajo una cultura organizacional?

Si

No

Porque \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

Cuestionario de expectativas adaptado de Servqual

### Evaluación del Servicio en el Registro Civil – Zona 3



- Lea con atención y responda cada uno de los ítems fundamentadas en la verdad.
- Las respuestas se analizan como respuestas en grupo y no como respuestas individuales, sus respuestas son solamente con fines académicos.



**Objetivo:** Recoger información necesaria para poder realizar mejoras en el servicio que brinda el personal operativo de la Coordinación Zonal 3 del registro civil, identificación, cedulación y servicios electrónicos, para de esta manera conocer las percepciones y expectativas del personal operativo.

Marcar con una “X” un número entre el 1 y el 5 siendo el 1 la mínima satisfacción y el 5 la máxima.

**Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

	1	2	3	4	5
1.- El personal dispone de equipos con apariencia moderna					
2.- Los elementos materiales (especies, micas) están disponibles para realizar su trabajo					
3.- Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio					
4.- La señalética de las oficinas es adecuada para la orientación de los empleados					

**Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio ofrecido de forma fiable y cuidadosa, tales como: eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y problemas.

5.- El servicio que ofrece responde a las necesidades de los usuarios					
6.- Cuando los empleados brindan sus servicios lo hacen de manera eficiente					
7.- La entidad proporciona servicios de calidad					
8.- Cada vez que solicita capacitaciones sobre alguna modificación de los servicios recibe la ayuda solicitada					

9.- Los empleados brindan los servicios con empatía a los usuarios					
--	--	--	--	--	--

**Capacidad de respuesta:** disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar un servicio de calidad.

10.- El servicio que brinda es el adecuado					
11.- Hay disponibilidad de los empleados para atender a los usuarios					
12.- Que tan serviciales son los empleados en la atención al cliente					
13.- La atención que brindan los empleados es rápida					

**Confiabilidad:** conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

14.- El comportamiento de los empleados inspira confianza y seguridad					
15.- Los empleados demuestran igualdad para todos sus usuarios					
16.- Los usuarios tiene la seguridad de realizar sus servicios en la entidad					
17.- Durante la atención los empleados respetan la privacidad en la información requerida.					

**Empatía:** Atención Individualizada que ofrecen los empleados a sus usuarios.

18.- La entidad se interesa por brindar una atención individualizada					
19.- Los empleados demuestran amabilidad y buen trato					
20.- Los empleados se preocupan por los intereses de los usuarios					
21.- La entidad cumple con los horarios establecidos para todos los usuarios					
22.- Los empleados comprenden las necesidades específicas de cada uno de sus usuarios					

¿Cómo empleado del área operativa como considera que brinda un servicio de calidad?

---



---

---

---

¿Considera usted que los empleados trabajan bajo una cultura organizacional?

Si

No

Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**



## 6.4 Validación del cuestionario



### VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

### APRECIACIÓN



<b>Tema: LA CULTURA INSTITUCIONAL Y LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDA EL PERSONAL OPERATIVO DE LA COORDINACIÓN ZONAL 3 DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACIÓN, CEDULACIÓN Y SERVICIOS ELECTRÓNICOS</b>		
<b>Objetivo de la encuesta:</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		X

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.		X		
Claridad en la redacción de las preguntas.		X		
Pertinencia de la variable con los indicadores.		X		
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de la aplicación.		X		
Validez de contenido del cuestionario.		X		

**Observaciones:** PONER EN CADA PREGUNTA LA ESCALA

#### IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

<b>Validado por:</b>	ING. DAVID CAISA
<b>Profesión:</b>	INGENIERO COMERCIAL
<b>Lugar de Trabajo:</b>	UTA
<b>Cargo que desempeña:</b>	COORDINADOR DE VINCULACIÓN
<b>Lugar y fecha de validación:</b>	19/10/2021
<b>E-mail:</b>	eliasdcaisa@uta.edu.ec
<b>Teléfono o celular:</b>	0998621859
<b>Firma:</b>	

*Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario*



## VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

## APRECIACIÓN




<b>Tema: LA CULTURA INSTITUCIONAL Y LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDA EL PERSONAL OPERATIVO DE LA COORDINACIÓN ZONAL 3 DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACIÓN, CEDULACIÓN Y SERVICIOS ELECTRÓNICOS</b>		
<b>Objetivo de la encuesta:</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.	X	

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.		X		
Claridad en la redacción de las preguntas.		X		
Pertinencia de la variable con los indicadores.		X		
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de la aplicación.		X		
Validez de contenido del cuestionario.		X		

**Observaciones:** en el instrumento

## IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

<b>Validado por:</b>	Marcelo Gallardo Medina
<b>Profesión:</b>	Ingeniero en Finanzas
<b>Lugar de Trabajo:</b>	Ambato
<b>Cargo que desempeña:</b>	Docente
<b>Lugar y fecha de validación:</b>	Ambato, 19/10/2021
<b>E-mail:</b>	Wm.gallardo@uta.edu.ec
<b>Teléfono o celular:</b>	
<b>Firma:</b>	 <small>VALIDADO DIGITALMENTE POR: WASHINGTON MARCELO GALLARDO MEDINA</small>

*Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario*

6.5 Constelación de Variables

