



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

TESIS

**ESTRATEGIAS PARA MEJORAMIENTO DE LA
CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO DEL
MINISTERIO DE TRANSPORTES Y
COMUNICACIONES – SEDE CENTRAL LIMA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

**Bach. Montes Vela, Christian Arturo
(ORCID: 0000-0001-7753-5175)**

Asesora:

**Mg. Heredia Llatas, Flor Delicia
(ORCID: 0000-0001-6260-9960)**

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel – Perú 2020

Dedicatoria

Dedico este logro a todas aquellas personas que luchan por sus sueños de forma tenaz y constante, independientemente de las circunstancias, el tiempo y la fortuna. A ellos mi respeto y atención.

Agradecimiento

A la familia que se mantiene cerca brindándome su apoyo y energía, a quienes están lejos pero siempre presentes con una palabra o gesto de aliento, ¡gracias! a los pocos amigos valiosos e incondicionales por sus consejos y al amor de mi vida por su paciencia y comprensión.

ESQUEMA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

Título del Informe de Investigación: Estrategias para mejoramiento de la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – sede central
Lima

Línea de investigación: Gestión Empresarial y Emprendimiento

Autor: Christian Arturo Montes Vela

Asesor: Mg. Heredia Llatas, Flor Delicia.

Tipo de investigación: no experimental

Facultad y Escuela Académico Profesional: Facultad de Ciencias Empresariales,
Escuela Académico Profesional de Administración Pública.

Índice de contenidos

I	INTRODUCCIÓN	10
1.1	Realidad problemática.....	10
1.2	Trabajos Previos.....	13
1.3	Teorías relacionadas al tema.....	21
1.4	Formulación del Problema.....	26
1.5	Justificación e importancia del estudio.....	26
1.6	Hipótesis.....	28
1.7	Objetivos.....	28
1.7.1	Objetivo General.....	28
1.7.2	Objetivos específicos.....	28
II	MATERIAL Y MÉTODOS.....	28
2.1	Tipo y diseño de investigación.....	28
2.2	Población y muestra.....	29
2.3	Variables, operacionalización.....	30
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	31
2.5	Procedimiento de análisis de datos.....	33
2.6	Criterios éticos.....	33
2.7	Criterios de Rigor Científico.....	34
III	RESULTADOS.....	35
3.1	Presentación de Resultados.....	35
	Resultados de la dimensión Elementos Tangibles.....	36
	Resultados de la dimensión Fiabilidad del Servicio.....	37
	Resultados de la dimensión Capacidad de Respuesta.....	38
	Resultados de la dimensión Seguridad.....	39
	Resultados de la dimensión Empatía.....	40
3.2	Discusión de Resultados.....	40
IV	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
4.1	Conclusiones.....	42
4.2	Recomendaciones.....	43
V	REFERENCIAS.....	44

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de Consistencia.....	52
-------------------------------------	----

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Género de los encuestados	35
Figura 2 Intervalos de edad de los encuestados	35
Figura 3 Elementos Tangibles	36
Figura 4 Fiabilidad del Servicio	37
Figura 5 Capacidad de Respuesta.....	38
Figura 6 Seguridad	39
Figura 7 Empatía	40

Resumen:

El presente informe de investigación sostuvo como objetivo general analizar y definir las Estrategias para mejoramiento de la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – sede central Lima.

El Diseño de la investigación se trabajó con un enfoque cuantitativo, de tipo no experimental y diseño de estudio descriptivo. La población de estudio estuvo conformada por 173 usuarios del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – sede central Lima, la técnica que se utilizó fue la encuesta. El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual obtuvo un alfa de Cronbach de 0.955, es decir que el coeficiente de alfa es excelente en cuanto a la fiabilidad en el instrumento y una validación de contenido del 81% mediante el juicio de expertos.

Por consiguiente, se concluye que existe un alto nivel de satisfacción en los usuarios del Ministerio de Transportes y Comunicaciones - sede central Lima a nivel general. Por consiguiente, se puede determinar que se brindan los servicios de forma adecuada.

Palabras Clave: Calidad, servicio público, expectativa, percepción

Abstract

The general objective of this research report was to analyze and define the Strategies for the improvement of the quality of the service to the user of the Ministry of Transport and Communications - Lima headquarters.

The design of the research was worked with a quantitative approach, of non-experimental type and design of descriptive study. The study population consisted of 173 users of the Ministry of Transport and Communications - Lima headquarters, the technique used was the survey. The instrument used was the questionnaire, which obtained a Cronbach's alpha of 0.955, which means that the alpha coefficient is excellent in terms of reliability in the instrument and a content validation of 81% through expert judgment.

Therefore, it is concluded that there is a high level of satisfaction among users of the Ministry of Transport and Communications - Lima headquarters at a general level. Consequently, it can be determined that the services are provided adequately.

Keywords: Quality, public service, expectation, perception

INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática.

En el mundo, las instituciones buscan día a día mejorar las estrategias para la implementación de un modelo que permita que la calidad del servicio prestado en las instituciones gubernamentales se enfoque en satisfacer las necesidades de los usuarios o ciudadanos. Los elementos que participan en dicha tarea no lo son todo, pues los esfuerzos para alcanzar esa calidad tan deseada, por funcionarios y ciudadanos, no deben ser enfocados como procesos independientes, sino como un todo, cuyo resultado se verá reflejado en la movilidad y conveniencia interactiva, eficiencia, nivel de adaptación y cumplimiento de las expectativas y requerimientos del usuario en un proceso continuo de mejora e innovación.

En México, Arévalo, Escobar y Jaramillo (2019), manifiestan que las instituciones que prestan servicios, al ser intangible es decir al no poder tocar, probar, oler o sentir, genera mayor incertidumbre ya que les resulta más complejo medir la calidad de servicio debido a que no logran determinar con anticipación y exactitud, la clase de satisfacción que tendrán los consumidores.

Según Arellano (2017), indica que en Ecuador la permanencia de las organizaciones en el mercado, está vinculada con su facultad para atraer y fidelizar clientes. Una institución presenta ventaja competitiva si cuenta con una estrategia indispensable de calidad de servicio, ya que el principal problema es que el cliente no se siente escuchado o informado de manera efectiva, una técnica exitosa es conocer las opiniones de los clientes, con la finalidad de mejorar o crear servicios que puedan satisfacer sus necesidades y expectativas. Así mismo es importante plasmar los servicios basados en la óptica que tengan los clientes y no en la perspectiva que tenga la empresa de los clientes.

Villoria (2019), en Venezuela, afirma que uno de los principales inconvenientes es el no ejecutar una realización eficaz de los distintos contenidos de la calidad gubernamental, es por ello que la Administración es indispensable, consiguiendo a través del diseño y la estructura institucional que los funcionarios públicos puedan asumir valores y compromisos idóneos que les permita ser guiados a brindar una calidad de servicio óptima para los ciudadanos.

Según Salazar y Cabrera-Vallejo (2016), mencionan que, en Ecuador, el usuario es considerado como actor fundamental, al ser consumidor directo y beneficiario de un servicio brindado por el Estado, y es con quienes se debe procurar inquirir sobre la calidad de dicho servicio, convirtiéndolo en un aliado activo, para así trabajar sobre mejoras, cambios y/o acciones que permitan posicionarse como líderes en la atención al público.

En Costa Rica, Henderson (2017), indica que los funcionarios públicos capacitados en técnicas actuales y la aplicación de las mismas, favorecen el despliegue y ejecución de una muestra de magnificencia en la calidad en la administración pública, contribuyendo a mantener modernidad y liderazgo en las instituciones públicas, lo que, a su vez, conlleva a una real atención de las necesidades de los ciudadanos, alcanzando y en muchos casos superando sus expectativas.

BID (2018), citado por Ipsos Perú (2018), menciona que es obligación del Estado ofrecer servicios y atención de calidad. Identificar y conocer a los usuarios que interactúan con el Estado, así como reconocer sus necesidades, permite orientar los esfuerzos y concentrarse en la especialización de los servicios brindados, no sólo apartando gastos redundantes, sino además reduciendo considerablemente el tiempo invertido para el Estado y el ciudadano.

Presidencia del Consejo de Ministros (2017), Proética (2017) citado por Ipsos Perú (2018) mencionan que aquellos ciudadanos cuyo nivel socio económico es más bajo, no solo sienten que tienen menos información de los servicios prestados por el Estado, además perciben mayor complejidad en dichos trámites, hecho que se manifiesta en menor proporción para personas de un nivel socio económico distinto. Por otro lado, el número de visitas efectuado por dichos ciudadanos para obtener información, presentar documentación o efectuar consultas sobre el estado de su trámite es más elevado, siendo éste el tipo de usuario más vulnerable a realizar pagos de coimas o sobornos.

En el Perú, Ochoa (2018) en su artículo señalado en el diario Gestión, precisa que de acuerdo a estudios realizados por GRM - Global Research Marketing, a pedido de JL Consultores, el 67% de los entrevistados comentan que no solicitarán un servicio o producto si su experiencia de compra es negativa, considerando distintos factores que dan como resultado un mal servicio, tales como

tiempo de espera excesivo en la atención, respuestas incoherentes, falta de atención, falta de cordialidad, falta de dominio y/o conocimiento del producto, carencia de habilidades de escucha activa, entre otros, mientras que un 60% solicita el libro de reclamaciones.

En el Perú, Avilés (2018), manifiesta que cuando el servidor público o funcionario no tiene la seguridad de si el trabajo que realiza está bien ejecutado, éste manifiesta temor en gestionar y continuar, insertando demoras innecesarias, examinando una y otra vez para determinar si corresponde proceder o no, deriva a otra área para que emitan una opinión técnica sobre el tema, perdiendo eficiencia y celeridad en el camino, negándose a plasmar su visto en el documento, hasta asegurarse de no tener responsabilidad sobre dicha gestión.

Es necesario plantear el diseño de mejoras en el servicio de atención al Usuario/Ciudadano del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central, con la finalidad de asegurar niveles de satisfacción óptimos, la percepción general de los ciudadanos con respecto a la Institución, y la calidad de la atención, debido a que durante el año 2019 se incrementaron la cantidad de quejas y reclamos tanto por el canal presencial como en el virtual. (Atención telefónica, así como atenciones vía correo electrónico), alcanzando un incremento del 22%. Por este motivo, se considera la importancia de estar al tanto sobre la percepción presente de los usuarios con la finalidad de plantear estrategias que ayuden a consolidar una imagen institucional cercana a la ciudadanía.

Así nace la necesidad de proyectar y ejecutar una evaluación de la atención al usuario con la finalidad de que a las directivas de este Ministerio del Poder Ejecutivo le sea factible: identificar y agrupar el público usuario, establecer modelos de calidad, conocer las necesidades de los ciudadanos, definir una metodología que ayude a consolidar indicadores de satisfacción, efectuar un feedback en base a la percepción del usuario, esbozar estrategias de comunicación e información, así como involucrar a los colaboradores respaldándose en directivas en el mejoramiento del servicio. Igualmente, una evaluación de la atención brindada al usuario, permite identificar debilidades a fin de proponer mejoras, además ayuda a que se identifiquen necesidades internas en cuanto a capacitación, actitud, aptitud, mejora de procesos, entre otros.

Independientemente de la atención directa a los usuarios, existen procesos

internos en las Dependencias responsables de gestionar los trámites y servicios de la Institución, es un tema de mucho interés, debido a que en la actualidad las Instituciones priorizan otras actividades como la gestión de los recursos económicos, humanos y materiales; olvidando muchas veces, la esencia de todo servicio público: el servicio al ciudadano. De la misma forma, si existe una preocupación real y muchas veces apresurada en contar con plataformas multicanales de atención, no se toma importancia de cómo mantenerse cerca de los ciudadanos.

Debido a que los ciudadanos son la razón de ser de las Instituciones, es el caso de los Ministerios del Poder Ejecutivo, es importante brindarles un servicio de calidad. Una reclamación es el medio por el que un usuario manifiesta a la institución que lo puede hacer mejor. Si no se resuelven sus dudas y se satisfacen sus expectativas, la Institución pierde imagen y credibilidad, alejando al Estado de los Ciudadanos.

1.2 Trabajos Previos

Para continuar con el informe de investigación presentamos los trabajos previos en el ámbito internacional:

Villa, Cando, Alcoser, Ramos (2017), en la investigación sobre el estudio de **los servicios públicos en la ciudad de Riobamba y la satisfacción de los usuarios**, el presente estudio tiene como finalidad la medición de la calidad de los servicios públicos, otorgados en las Instituciones del estado, con la finalidad de ofrecer al ciudadano la mejor experiencia en atención al usuario, desempeñando una gestión eficiente y eficaz. La metodología que se utilizó corresponde a un diseño de tipo transversal, su enfoque es cualitativo, y es un estudio documental que sirvió para tomar conocimiento sobre los servicios brindados por las instituciones públicas y cómo éstos son percibidos por los ciudadanos, así como el nivel de satisfacción obtenido. La población objeto de estudio se localiza en la ciudad de Riobamba que mantiene 252.865 habitantes según las estimaciones del INEC para el año 2016.

A través de la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, se encuestaron por medio de una entrevista a 2.378 personas de la misma ciudad, realizando un análisis posterior. En conclusión, la percepción de los ciudadanos de Riobamba es positiva, obteniendo un 90.96%, porcentaje que corresponde a una calificación de muy satisfactoria. Entre los aspectos que los ciudadanos perciben

existe una mejora plausible están el ambiente, instalaciones agradables, horarios convenientes y turnos asignados electrónicamente. Sin embargo, entre los aspectos observables que aún subsisten están la falta de rapidez en la atención de los trámites, cola de espera excesiva, así como falta de amabilidad y educación por parte de algunos colaboradores.

AEVAL (2016), en su informe de investigación sobre la estabilidad y mejoría en los servicios públicos, pretende facilitar información relevante y generar conocimiento a la población. El objetivo es conocer la percepción real de los ciudadanos sobre la calidad del servicio que prestan las entidades públicas en España. La metodología que se utilizó fue de enfoque cuantitativo, tipo de investigación aplicada y análisis descriptivo e inferencial, la técnica usada fue la encuesta, mientras que su instrumento el cuestionario, aplicado mediante entrevista personal sobre un universo compuesto por población habitante de ambos sexos, el tamaño de la muestra diseñada fue de 2500 entrevistas, verificándose finalmente 2489 en 240 municipios dentro de 50 provincias con niveles de confianza del 95,5%. Se concluye que la mitad de los españoles considera que dichos servicios trabajan de forma muy satisfactoria, ya sea de jerarquía estatal, autónoma o municipal. Asimismo, los atributos mejor valorados, con más de un 80% de población bastante o muy satisfecha son: la condición de las instalaciones, el trato recibido por el personal durante la atención, el tiempo dedicado y la certeza de que el trámite se realizó correctamente.

UNGRD (2020), en su informe de investigación sobre la atención al ciudadano tiene como Objetivo principal medir la calidad y satisfacción con respecto a la prestación de servicios por la entidad con la finalidad de generar acciones de mejora enfocadas en el fortalecimiento del proceso. La metodología que se utilizó fue de enfoque cuantitativo, diseño corte transversal, no experimental, tipo de investigación aplicada y análisis descriptiva, la técnica usada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario aplicado a una muestra constituida por dos mil cuatrocientos cuarenta 2140 usuarios. Se concluye que considerando el posicionamiento de la institución ante la opinión pública, es preciso proseguir con la implementación de estrategias orientadas al aumento de la capacidad de respuesta tales como: la consolidación de los canales de atención, capacitación constante del personal que forma parte del equipo de Atención al Ciudadano, estandarización y mejora en los

Protocolos de atención de primera línea para cada una de las dependencias, aseguramiento de información actualizada de interés para el ciudadano en la portal web, entre otras actividades que coadyuvan a la buena operación del proceso.

Contreras, Alarcón y Pedraja (2019), en su investigación sobre Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt – Chile, el presente estudio tiene como objetivo principal identificar los resultados de medición de la calidad de servicio realizado en dos momentos del tiempo, basada en la percepción del usuario que permita conocer sus requerimientos. El tipo de investigación es de carácter exploratorio, por tratarse de un tema poco estudiado, y no se han encontrado investigaciones previas en el mismo campo y contexto. Al mismo tiempo, también es descriptivo porque trata de precisar Las características de calidad percibida del servicio judicial de Puerto Montt. De igual manera, el estudio es de tipo transversal, dado que se tomaron los datos en dos periodos específicos de tiempo (diciembre de 2013 y junio de 2018), con la intención de evaluar la evolución de la percepción por parte de los usuarios, la técnica ejecutada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, destinado a una muestra de 107 personas. Se concluye que el nivel de calidad del servicio del tribunal de garantía medido por el estándar de puntuación de SERVQUAL suele ser desfavorable o negativo porque su percepción no supera las expectativas del usuario, lo que significa que la mayor parte de los usuarios del servicio no piensa en la calidad del producto que el tribunal está entregando.

Guatzozón, Canto y Pereyra (2018), en su investigación sobre Calidad en el servicio en micronegocios del sector artesanal de madera en una comisaría de Mérida, México, su objetivo es medir las expectativas y percepciones de los clientes en la calidad en el servicio de los micronegocios de artesanías, En este apartado, la metodología utilizada para este estudio fue de enfoque cuantitativo, ya que se usó la recolección de datos para la medición numérica y el análisis estadístico, el diseño fue no experimental de corte transversal ya que se recolectaron datos en un solo momento, la muestra estuvo conformada por 178 clientes, que cumplieron con los requisitos para participar, se concluye los empleados no intentan que los

clientes se sientan atendidos y satisfechos, o que no les importe lo que buscan los clientes, y los precios de determinadas microempresas son elevados. El horario debe ser respetado y los empleados deben tener mucho cuidado en brindar servicios a los clientes para que puedan regresar.

Para continuar con el informe de investigación presentamos los trabajos previos en el ámbito nacional:

Inca (2015), en su tesis titulada: Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015, para obtener el grado de Licenciado en Administración de Empresas. Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas, Perú. El objetivo general planteado es establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Pacucha. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es investigación sustantiva, porque la investigación persigue dar respuesta a problemas teóricos, describirlos y explicar la realidad, la investigación no tiene propósito de aplicación y el diseño de la investigación no está relacionado con experimentos. La población de investigación está compuesta por usuarios de dicha Municipalidad, que son una población total de 2919, la técnica usada fue la encuesta, mientras que su instrumento fue el cuestionario y fue destinado a una muestra de 339 usuarios; la muestra fue; no probabilística, se concluye que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios.

Tejada, R. (2016), en su tesis titulada: Propuesta de estrategias para mejorar la administración de los recursos humanos, en la gestión de la Municipalidad Provincial de Bagua 2016, para optar por el grado de Licenciada en Administración de Empresas. Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú. Proponer El objetivo es proponer estrategias para mejorar la gestión de los Recursos Humanos, en la Municipalidad Provincial de Bagua. La metodología empleada fue de tipo de investigación descriptiva, el diseño de dicha investigación fue no experimental de corte transversal, 63 trabajadores conformaron la población y la muestra fue aleatoria considerando 32 trabajadores, de los cuales 05 funcionarios que representan el 16 % del total, 37% corresponde a 12 empleados, y el 47 % restante

estuvo representado por 15 obreros. Se empleó la encuesta como técnica, mientras que el instrumento fue el cuestionario. Se concluye considerando los siguientes aspectos: perspectiva financiera, conocimiento de los usuarios, procesos internos de atención, y aprendizaje y crecimiento. Se trata de una propuesta factible. Se considerarán los siguientes aspectos para tener un impacto significativo en una óptima gestión de los recursos humanos: estrategia, operación y finanzas, considerando la participación de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Bagua.

Estrada (2017). En su tesis titulada: Calidad de atención y su relación con la satisfacción al usuario – Municipalidad Distrital Rázuri, 2017, para obtener el grado de Magister en Gestión Pública. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. El presente trabajo, tiene como objetivo demostrar la relación de la calidad de atención con la satisfacción al usuario de la Municipalidad Distrital de Rázuri, la metodología aplicada fue de nivel de estudio correlacional, de diseño no experimental de corte transversal, población finita y conocida y se trabajó con una muestra de 96 personas, la encuesta constituye la técnica empleada, mientras que el instrumento fue el cuestionario, utilizando el modelo SERVQUAL de Parasuraman y Berry, con la finalidad de lograr resultados asociados a la calidad en la atención, mientras que para comprobar la satisfacción del usuario se usó el modelo KANO. Se concluye que si existe relación considerable entre la satisfacción de los usuarios y la calidad de atención. ($p < 0.05$). Cuanto menor sea la calidad de atención a los usuarios existirá insatisfacción en los mismos. Así mismo, se ha determinado un bajo nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Rázuri.

Calero (2016) en su investigación Gestión Administrativa y Calidad de los Servicios en La Municipalidad Provincial de Huaral en el Año 2015. Para obtener el grado de Licenciada en Administración. Universidad Católica de los Ángeles Chimbote, Perú. El objetivo de la investigación fue: establecer la relación existente entre la Calidad de Servicio y la Gestión Administrativa de la Municipalidad Provincial de Huaral. La metodología aplicada fue de diseño no experimental de corte transversal, con enfoque mixto, tipo de investigación básica, descriptiva correlacional. La población es finita y conocida, la muestra es el 100% es decir el

presente trabajo comprende al personal: Auxiliares (10 servidores), Técnicos (32 servidores), Profesional (23 servidores), sumando un total de 65 colaboradores entre contratados y nombrados. Las técnicas utilizadas fueron la encuesta, entrevista y análisis documental, y los instrumentos empleados fueron el cuestionario y las guías de entrevista. Se concluye que la calidad como estrategia competitiva posee el objetivo de atraer y fidelizar clientes, pero lo más importante es descubrir, así como controlar los aspectos clave de la calidad y el servicio. Del mismo modo, el papel del marketing en la calidad también es crucial, porque forma el vínculo entre las operaciones y la gestión para garantizar que los ciclos correspondientes a la planificación y comunicación se lleven a cabo correctamente.

Guzmán y Ramos (2018) en su tesis titulada: Calidad de Servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario de la Dirección Regional de Educación Pasco – 2017, para la obtención del grado de Licenciados en Administración de Empresas. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. El objetivo de la investigación sobre la calidad de servicio fue establecer su influencia sobre la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco, la metodología aplicada fue de diseño no experimental, de corte transversal y con un enfoque cuantitativo y de tipo de investigación básica, la técnica utilizada fue la encuesta, mientras que el instrumento el cuestionario, el cual se destinó a una muestra fue de 339 usuarios, se concluye que existe una correspondencia entre la satisfacción de los usuarios y calidad de servicio, además, luego de someterse al coeficiente de Spearman, permite apreciar una correlación de 0.591, lo que representa la existencia una correlación positiva moderada entre las variables de satisfacción de los usuarios y calidad de servicio, en la Dirección Regional de Educación Pasco, lo que establece, cuanto mayor es el nivel de calidad de servicio proporcionado a los usuarios, la satisfacción de los mismos se incrementará, por otro lado, un bajo nivel en la calidad de servicio ofrecido, conllevará a un menor índice de satisfacción de los usuarios.

Para continuar con el informe de investigación presentamos los trabajos previos en el ámbito local:

Conde (2016) en su investigación titulada: Influencia de la calidad de servicio del trámite administrativo municipal en la satisfacción del ciudadano 2016, para

obtener el grado de Doctor en Administración. Universidad Cesar Vallejo Lima Perú. El propósito es explicar las razones que afectan las percepciones y expectativas experimentadas por los usuarios en el proceso de gestión de los trámites administrativos. El método utilizado es un método cuantitativo de carácter objetivo, adquiriendo conocimientos basados en la experiencia, respondiendo a investigaciones básicas, niveles de interpretación, diseño no experimental y cortes transversales. Este método es una deducción hipotética. Se empleó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, la calidad de servicio de los trámites administrativos municipales y el cuestionario de satisfacción ciudadana, se utilizó para una muestra de 380 ciudadanos. Considerando que las variables de investigación son cualitativas, se realizó un análisis estadístico mediante pruebas no paramétricas. La conclusión es que la calidad de los servicios administrativos municipales incide de manera positiva en la satisfacción ciudadana de la Municipalidad distrital de El Agustino 2016.

Muñoz (2018) en su tesis titulada: Calidad de servicio al ciudadano en la Municipalidad distrital de Barranco, Lima 2018, para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios Internacionales. Universidad Norbert Wiener Lima Perú. El objetivo principal fue plantear un procedimiento para mejorar en calidad de servicio en la Municipalidad distrital de Barranco 2018, utilizando herramientas para dicho fin. La metodología aplicada para el desarrollo de la investigación fue el sintagma holístico, con un enfoque mixto, de tipo comprensivo y de nivel proyectivo por medio de un método analítico; constituyen la muestra 102 ciudadanos entre mujeres y hombres, con un rango de edades de 25-30 años, 31-35 años y 36 años a más. Para ello, se aplicó la técnica de encuesta y los instrumentos utilizados fueron el cuestionario y la entrevista. Se concluye que el servicio brindado en la Municipalidad distrital de Barranco es regular. Así mismo se ha conceptualizado teorías de la administración tales como teoría burocrática, la teoría de Administración por Objetivos- APO, la teoría de sistemas, la teoría de relaciones humanas y la teoría de colas de acuerdo con la opinión de los autores investigados.

Morales (2016), en su tesis titulada: Calidad del servicio y el nivel de

satisfacción al ciudadano en la Comisaria PNP Salamanca – Ate 2016, para la obtención el grado de Magister en Gestión Pública. Universidad Cesar Vallejo Lima Perú. Tiene como finalidad establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los ciudadanos que atienden en la entidad. La metodología se desarrolla a través de métodos cuantitativos, métodos de inferencia hipotética, tipos de investigación básica, rangos de correlación descriptiva y diseño transversal no experimental. Su población fue de 40,000 ciudadanos, el muestreo probabilístico fue de 381 personas. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fueron dos cuestionarios para medir la calidad del servicio, basados en los investigadores Parasuraman, Zeithaml y Berry quienes elaboraron un cuestionario basado en la escala SERVQUAL y el segundo cuestionario se basa en el desarrollo teórico de los expertos Kotler y Keller para establecer una relación con la satisfacción ciudadana. La conclusión es que existe una relación muy directa y relevante entre la calidad del servicio y la satisfacción de los ciudadanos con los servicios prestados. en la comisaria de la Policía Nacional del Perú – PNP - de Salamanca Ate 2016.

Tam (2018), en su tesis titulada: El uso de las plataformas digitales para mejorar la calidad de servicio en el RENIEC – Lima 2018, para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas y Dirección de Empresas. Universidad Norbert Wiener Lima Perú. El objetivo fue plantear la utilización de las plataformas digitales para optimizar la calidad de servicio del RENIEC. La metodología aplicada fue holística con enfoque mixto de tipo proyectivo, método inductivo deductivo, se utilizó la técnica de la encuesta y se empleó el instrumento del cuestionario a una muestra de 124 usuarios. Se concluye que para mejorar la calidad de servicio en las O.R.RENIEC se necesitará sensibilizar a los empleados mediante talleres de coaching, talleres de habilidades blandas y capacitaciones , para que de esta manera poder hacer llegar y entender al personal la importancia que tiene la buena atención a los ciudadanos; así como también la renovación progresiva del equipamiento tecnológico para poder tener mayor fluidez en la atención y así también muy importante la educación y difusión a los usuarios del uso de las plataformas digitales para evitar el traslado innecesario hacia las oficinas, de esta manera obtener la mejora calidad de servicio para la satisfacción del ciudadano.

Carbajal (2016), en su investigación titulada: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano del Congreso de la República – 2016, para obtener el grado de Magister en Gestión Pública. Universidad Cesar Vallejo Lima Perú. El objetivo fue establecer la relación existente entre la satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano en el Congreso de la República 2016 y la calidad de servicio. Los métodos de investigación son tipos básicos, niveles relevantes, métodos cuantitativos, no experimentales, de diseño transversal o transversal. La población de este estudio está compuesta por población estimada según al promedio de los últimos 3 años (3): 12, 111 usuarios. La muestra aleatoria simple proporcional, y se consideraron 373 usuarios atendidos dentro del Módulo de Atención al Ciudadano en el Congreso de la República durante el mes de octubre del año 2016. La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario para las variables en estudio. Se concluyó que Existe una relación considerable entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario, se tuvo en cuenta la calidad funcional, la calidad técnica, el valor percibido y la confianza como parte de las variables de satisfacción y expectativas del usuario, así como la confiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía en la calidad variable del servicio. La conclusión es que podemos estar seguros de que una mayor calidad de servicio dará como resultado una mayor satisfacción del usuario para el módulo de servicio al ciudadano.

1.3 Teorías relacionadas al tema.

A continuación, se describe en el marco teórico la variable calidad de atención:

Alcaide (2015), afirma que la calidad de servicio depende de las percepciones de los clientes y no del criterio de la organización, por lo tanto, es importante tener la capacidad de satisfacer las necesidades, deseos y expectativas, es decir dar más de lo que ellos pueden esperar, con el objetivo de establecer un vínculo cercano con el cliente que permita fidelizarlo.

Para Carrizo, Freitas & Ferreyra (2017), la calidad del servicio conlleva indirectamente a una percepción por parte del cliente, ésta puede ser positiva o

negativa, a su vez, dicha percepción, individual o colectiva, transforma directamente la imagen de una organización. Con la finalidad de obtener la satisfacción del cliente, los empresarios deben crear experiencias que generen confianza y lealtad.

Snarch (2017) (a) indica que en toda organización la calidad está relacionada con el éxito, el cliente necesita ser escuchado y por consiguiente se deben brindar soluciones a sus necesidades y expectativas, por ello la calidad está conexas a diferentes habilidades; las personales y las técnicas. El reto más importante es superar las expectativas esperadas, brindando un valor agregado, que genere ventajas competitivas frente a las demás instituciones.

Para Kotler (2017), sostiene que la calidad de servicio varía de acuerdo a quien lo proporciona, de cuándo, dónde y cómo los presta; asimismo depende de los procesos que intervienen durante la interacción entre el cliente y la institución, siendo la clave del éxito no solamente centrar esfuerzos en el cliente, sino también en los empleados, es decir la satisfacción de estos últimos se traslada indirectamente hacia el cliente al existir un compromiso real en brindar excelencia y eficacia en cada atención.

Para Berry (2004) citado por Palacios, Felix & Ormaza (2016), asegura que la calidad de servicio es proporcional a los esfuerzos para implementar métodos eficientes orientados a cuidar y mantener a los clientes, considerándolos aliados estratégicos, a través de una actitud permanente de escucha activa y diálogo, tomando en cuenta sus experiencias y valoración del servicio recibido.

Días et al., (2019) manifiesta que calidad del servicio es una estrategia importante para incrementar la percepción de la satisfacción por el cliente y establecer relaciones a largo plazo. Específicamente, una continua mejora en aspectos como la formación y el compromiso de los empleados, así como la personalización de los servicios puede ayudar a mejorar la percepción de los clientes.

Hernán y Arellano (2017), señala que la calidad del servicio es un factor clave que ayuda a ganar una posición competitiva. En cuanto a las empresas comprometidas con la prestación de servicios, entre todos los elementos que intervienen en la búsqueda de la calidad, la percepción de los clientes sobre los servicios que reciben es un atributo especialmente propicio para el éxito, el desarrollo continuo y la innovación. El progreso, siempre que satisfaga las

necesidades y satisfaga o supere las expectativas, será positivo.

Parra-Penagos & Rodríguez-Fonseca (2016), manifiestan que incluir a los empleados en programas de capacitación, potenciando sus aptitudes y conocimientos, ayuda a mejorar la calidad de los productos y servicios, cumpliendo objetivos del negocio de forma efectiva y logrando un estándar de atención constante. Es decir, a través de la formación, se contará con un grupo humano consciente de sus habilidades, alineado con la visión institucional, competente y comprometido.

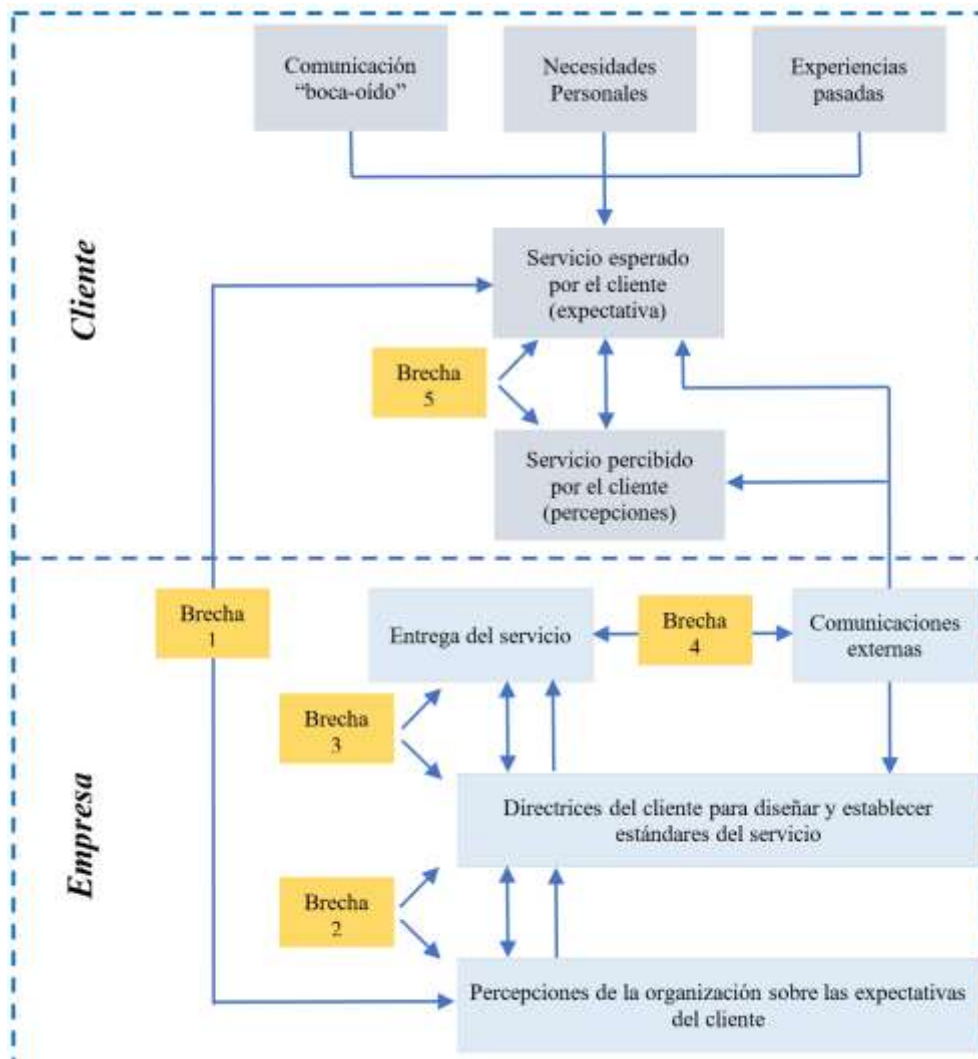
Ventosa (2019), precisa que, en las empresas orientadas al cliente, las atenciones son personalizadas, obteniendo de esta interacción, información valiosa relacionada a sus necesidades reales y deseos. En la actualidad, el servicio no está limitado a simplemente resolver o cubrir una necesidad determinada, sino también a crear emociones y sentimientos comunicados en un mensaje propio de cada organización, de aquí nace una interpretación por parte del cliente, que se busca sea positiva.

Para Kumar, Sujit & Charles (2018), si las empresas manejan información sobre las necesidades de los clientes y lo que desean, se obtendrá lo esencial para administrar y brindar productos y servicios de calidad, por otro lado, medir éstos últimos es más complejo, ya que a diferencia de un producto en donde se pueden considerar evidencias físicas, un servicio carece de éstas, obligando a los usuarios a evaluar en base a otros elementos. Por lo tanto, la comprensión de las expectativas del cliente es fundamental para cualquier empresa orientada a brindar servicios de calidad.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988) citado por Estrada (2017) (b), precisan que la percepción revela la forma real de recibir los servicios. La idea de la empresa es que la empresa debe cerrar la brecha entre las expectativas del cliente y las percepciones del cliente. En otras palabras, las recomendaciones para este modelo de calidad de servicio (llamado modelo de defecto) o "brecha" tratan de determinar la causa de la mala calidad del servicio. Esencialmente, la diferencia entre expectativas y percepciones de los servicios recibidos por los clientes-- denominada Gap5- puede tener su origen en otras cuatro deficiencias o gaps; cuya expresión del modelo es la siguiente: $Gap5 = f(Gap1; Gap2; Gap3; Gap4)$. Una de las principales razones por las que las organizaciones no pueden satisfacer las

expectativas de los clientes es su falta de comprensión. Por lo tanto, la primera brecha (Gap1) se encuentra entre la percepción de la organización sobre las expectativas del cliente y las propias expectativas del cliente., no obstante, si la organización tiene conocimiento actual de sus expectativas, pero no las consolida en modelos de servicio orientados a los clientes, podría experimentar inconvenientes (Gap2). Una vez que la organización cuenta con estos modelos y estándares, aparentemente estaría preparada para prestar servicios de calidad, sin embargo, si carece de sistemas, procesos y personas que respalden la ejecución de dicha prestación respetando el modelo y estándares pensados, el resultado no será el esperado (Gap3). Finalmente, cuando la organización tiene las condiciones necesarias para cumplir o superar las expectativas del cliente, debe cerciorarse que la promesa al cliente coincida con lo proporcionado. (Gap4).

Modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio



Fuente: (Zeithaml, 1992)

La escala Servqual se constituye de 5 dimensiones que se usan para calificar la calidad de los servicios de una institución:

Confiabilidad: es la práctica de cumplir con la ejecución de un servicio prometido esencialmente tal y como se concertó.

Responsabilidad: es la predisposición de ayudar a los clientes o usuarios, ofreciendo y desarrollando un servicio rápido.

Seguridad: es el conocimiento del personal sobre lo que hacen, su amabilidad, así como su capacidad de generar confianza.

Empatía: es la capacidad de ofrecer una atención cuidadosa y personalizada a los clientes y usuarios.

Bienes materiales o tangibles: es la dimensión asociada con la presentación de las instalaciones físicas, equipamiento y personal de la organización. Es la percepción sensorial del cliente durante el servicio.

En relación a las dimensiones antes indicadas, se presentan algunas teorías:

Snarch (2017) (b), manifiesta que con respecto a la confiabilidad los consumidores aspiran a tener una experiencia en el servicio que sea lo menos riesgosa posible, es decir quieren encontrar a una institución que responda eficazmente a sus preguntas, como también esperan que se cumpla lo que se les ha prometido.

Alcaide (2015), menciona que la capacidad de respuesta es ofrecer un servicio rápido y flexible que pueda adaptarse a las necesidades del cliente como por ejemplo enviar información inmediata a sus solicitudes o requerimientos, atención a reclamaciones con celeridad, brindando una imagen positiva y comprometida de la institución con el cliente.

Snarch (2017) (c), menciona que, para las operaciones primordiales de una institución, se debe trabajar positivamente y con seguridad, con el objetivo de inspirar confianza y credibilidad en el servicio ofrecido, de lo contrario se estaría transmitiendo información incorrecta, obteniendo resultados negativos tales como la pérdida de lealtad del cliente y en el peor de los casos la pérdida completa del negocio.

Según Monge et al., (2019) mencionan que la empatía es la atención personalizada, cercana y a la medida que brindan las empresas a sus clientes. La

empatía es la capacidad que no solamente debe desarrollar la persona que interactúa directamente con ellos, sino también una actitud por parte de la empresa, de los componentes que forman parte del proceso de creación de la atención al cliente, involucrándose al nivel de saber lo que sienten y lo que piensan.

Belloso (2016), sostiene que la clave del éxito de una institución es entender y comprender el requerimiento de cada usuario, es decir personalizar el servicio, adaptarse de acuerdo a sus necesidades, ya que cada uno tiene diferentes realidades. Así mismo menciona que hay que considerar aspectos importantes, tales como el cumplimiento de lo ofrecido, estar dispuestos a escuchar, ofrecer soluciones inmediatas y respetar las opiniones, esto contribuirá a mantener un mejoramiento continuo con la finalidad de superar las expectativas esperadas.

Según Zeithaml et al. (1993), citado por Ramos (2019), el cliente que accede al servicio brindado, valora lo tangible como son la infraestructura, equipamiento, comodidad, limpieza, personal. Por lo tanto, las empresas deben establecer mecanismos que aseguren la operatividad, disponibilidad, presentación u otro elemento o condición que sea perceptible por el cliente, antes, durante y después de la atención recibida.

Ospina y Ocampo (2016), manifiestan que uno de los aspectos más importantes a la hora de medir la calidad de servicio, es la disposición relacionada con el tipo de infraestructura, comodidad de los ambientes, decoración, y colocación de los productos, ya que las organizaciones hoy en día, más que vender un servicio, quieren ofrecer una experiencia de compra, que les permita tener una ventaja competitiva en el mercado, con el objetivo de mantener satisfechos a los clientes.

1.4 Formulación del Problema.

¿Cómo las estrategias contribuyen a mejorar la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central Lima 2019?

1.5 Justificación e importancia del estudio.

Se trabaja sobre realidades de un hecho y su finalidad es la de identificar las características de una realidad. También, mediante esta investigación, se utilizaron métodos de investigación tales como el análisis que nos permitió tener una información más clara del objeto de estudio en este caso la calidad del servicio que

viene brindando el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), donde los usuarios son cada vez más exigentes e informados, lo que genera la necesidad de crear, desarrollar nuevos mecanismos que no solo le permitan mantener el nivel de atención, sino elevar aún más el horizonte de satisfacción de los usuarios.

Debido al aumento de reclamaciones y quejas provocadas por defectos de procesamiento, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones encontró la necesidad de mejorar los servicios a los usuarios. Sin embargo, para ser competitivo, no solo es necesario tener ciertas peculiaridades relacionadas con los aspectos informativos de los procedimientos y servicios que brinda la institución, sino también diseñar soluciones innovadoras que faciliten los trámites previos de la institución. y lo que al sector Transportes y Comunicaciones refiera.

Esta es una forma de generar propuestas para evaluar la calidad de los servicios a los usuarios y establecer una misma percepción de la organización desde diferentes perspectivas. La metodología pretende incluir el diseño y aplicación de herramientas medibles y evaluables (en este caso cuestionarios), de las cuales se deben derivar resultados para el diagnóstico básico del diseño propuesto del plan de mejora.

Esta investigación es metodológicamente razonable, porque para encontrar soluciones a problemas relacionados, es necesario utilizar métodos de investigación, como la inducción, porque abarca desde hechos específicos hasta declaraciones generales. Esto significa pasar de los resultados obtenidos de la observación a la formulación de hipótesis, leyes y teorías para tener una comprensión más profunda de hechos específicos.

El servicio al usuario es una parte esencial de cualquier organización que esté interesada en mantener una relación íntima con la ciudadanía en una imagen competitiva, entusiasta y moderna. La mencionada evaluación permitirá dar un primer paso proponiendo propuestas orientadas a superar las debilidades del servicio para mejorar la calidad del servicio y así convertirse en la vanguardia de los conceptos de gestión orientados a lograr la satisfacción del usuario a través de la calidad asistencial. Por tanto, es necesario iniciar estrategias basadas en la investigación previa de los ciudadanos sobre la imagen de servicio que proyectan a todos.

1.6 Hipótesis.

Las estrategias sí constituyen una herramienta para mejorar la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central Lima, 2019.

1.7 Objetivos.

1.7.1 *Objetivo General*

1. Elaborar la Propuesta de un Plan de Estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central Lima, Región Lima, 2019.

1.7.2 *Objetivos específicos*

2. Diagnosticar la problemática de la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central Lima, 2019.
3. Identificar las dimensiones influyentes de la calidad del servicio al cliente del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede central Lima, 2019.
4. Diseñar una propuesta de un plan de mejoramiento de la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central Lima, 2019.
5. Estimar los resultados que generará la implementación de una propuesta de un plan de mejoramiento de la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central Lima, 2019.

II MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Tipo y diseño de investigación

Enfoque de estudio

Este estudio sigue un enfoque cuantitativo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) determina el enfoque cuantitativo porque haciendo uso de la data recogida en campo y luego procesándola estadísticamente se podrá comprobar la hipótesis planteada en la investigación.

Tipo de investigación

En el presente estudio es descriptivo debido a que permitió describir las

características del fenómeno u objeto de estudio. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, ya que va a presentar la problemática de la misma, sin manipulación de las variables, por medio de encuestas y sobre la pesquisa brindada por la institución que se encuentra en estudio. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Transversal porque se observará a la variable de estudio en un determinado momento o tiempo.

Sin más, también podemos considerar que será propositiva ya que la evaluación de la situación actual de la calidad del servicio que se brinda al cliente, nos permitirá no solo identificar falencias (debilidades) sino también medir la satisfacción de los usuarios externos que nos permitirá plasmar una propuesta para mejorar esta situación.

Esquema

M-----O

M-----O-----P

Donde:

M = muestra

O = observación de la Muestra

P = propuesta

2.2 Población y muestra.

Lerma (2016), indica que la población es un grupo de elementos de una misma especie con las mismas características. En este sentido, la población en esta investigación la conforman todos los clientes y/o usuarios del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de la Sede Central de Lima (2019). El tamaño de esta población ha sido de 1,510 individuos que usan los servicios de las oficinas de la Institución.

La muestra a trabajar es la suma de la población antes indicada. Según Ferreyro y Longhi (2014) manifiestan que la muestra se logra por un proceso de

recolección de datos para mejorar el trabajo de investigación y que, al ser representativa, permite extender el resultado para la población, se considera una delimitante de una cantidad.

La elección de este tamaño de la muestra será elegida por la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple. Para ello, se hará uso del modelo con una confiabilidad del 95%:

$$n = \frac{Nz^2pq}{d^2(N-1) + z^2pq}$$

Donde:

N = tamaño de la población = 1,510

z = coeficiente de confiabilidad = 95% = 1,96

d = $\pm 0,1$

$p = q = 0,5$

$$n = \frac{(1420)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2(1510 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)} = 173 \text{ individuos}$$

En relación a los criterios de inclusión, serán considerados todos los usuarios que requieren algún servicio en el ámbito de Lima Metropolitana, identificando distintas actividades y/o tipos de usuario como Transporte (terrestre, aéreo, acuático), y Telecomunicaciones (radiodifusión autorizaciones, regulación), entre otros.

En relación a los criterios de exclusión, solo se contemplarán a los usuarios que visitan la sede central en Lima Metropolitana y cuya atención les fue brindada por medio del canal de atención presencial.

2.3 Variables, operacionalización.

Variable de estudio: Calidad del Servicio al Cliente

Definición conceptual

Manera en cómo los clientes aprecian el desempeño o experiencia del servicio en base a sus percepciones y expectativas. (Zeithaml y colab., 2002).

Definición operacional

Es la información suministrada por los clientes), candidatos (usuarios del proceso) y directivos de las organizaciones con respecto a la discrepancia que existe entre sus expectativas, relacionado a los servicios prestados por la institución y sus opiniones sobre los servicios en términos de tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y compasión = empatía. (Método SERVQUAL).

Calidad del servicio al cliente se medirá bajo cinco dimensiones principales, las cuales son: Elementos tangibles, Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, donde cada uno de ellos mantienen 22 indicadores. (Ver detalle en anexo 03).

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Para el presente estudio la técnica que se va aplicar es la encuesta con el fin de obtener datos que permitan recopilar información para luego gestionar un pronóstico cercano a base de los resultados obtenidos. Páramo (2018) definió a la encuesta como uno de los métodos de recogida de datos más utilizada en investigación social, recopilando gran cantidad de datos sobre diferentes aspectos como actitudes, intereses, opiniones, conocimiento, comportamiento, etc.

El instrumento a emplear será el cuestionario. Según Ferreyra y De Lonqhi (2014) se debe considerar en la elaboración de un cuestionario: ser fácil de lectura y atractivo, contar con claridad en su composición, un diseño limpio, mientras que la distribución de contenidos debe ser clara y ordenada.

La estructura de este cuestionario, tendrá como base el esquema original el método SERVQUAL, con 5 dimensiones distribuidas en 22 preguntas enfocadas en las percepciones acerca del servicio brindado a los usuarios del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de la Sede Central de Lima, asimismo se tuvo en cuenta la escala de Likert con cinco niveles de puntuación, donde el número 1 equivale al mínimo nivel de satisfacción y 5 el máximo.

De acuerdo con Ruiz (2014), cualquier herramienta de recolección de datos

precisa compendiar dos requisitos básicos: confiabilidad y validez. La evaluación de la efectividad se basa en el hecho de que la prueba se lleva a cabo de una manera concebida, cuidadosamente diseñada y aplicada, y el estándar de medición propuesto se puede medir; y cuando el instrumento de medición permite que el objeto a medir se determine y aplique varias veces. Su fiabilidad demuestra que los resultados son los mismos.

Para la confiabilidad del instrumento se utilizó el software estadístico IBM SPSS versión 25 (Statistical Package for the Social Sciences). A través de este software se realizó un análisis de fiabilidad para las preguntas y respuestas de las personas encuestadas, incluyendo en esta prueba piloto una muestra de 25 usuarios. Frías (2019) menciona que la confiabilidad se consigue de las cifras derivadas del instrumento de medida, asimismo indica que al obtener un alto nivel de fiabilidad se denomina libre de errores, mientras que lo contrario indicará que la medición no posee consistencia.

De acuerdo con el resultado por el Alfa de Cronbach, la fiabilidad obtenida para el instrumento que será utilizado es de 0.955, es decir que el coeficiente de alfa es excelente para poder desarrollarse.

Estadísticos de fiabilidad – Alfa de Cronbach Global

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0.955	25

Nota: Programa informático SPSS.

Páramo (2018) manifiesta que la validez es el nivel de coherencia lógica interna de todo resultado, así como la carencia de contradicciones en comparación a resultados de otras investigaciones.

El proceso de validación de lo comprendido que se empleó para el instrumento fue por medio del juicio de expertos. La validez es de 81%, obteniendo una calificación muy alta (81% - 100%). (Ver detalle en anexo 5)

2.5 Procedimiento de análisis de datos.

Los datos fueron analizados en el programa IBM -SPSS- versión 25 (Statistical Package for the Social Sciences) y los resultados están expresados en frecuencias relativas y absolutas, porcentajes, presentados en gráficas de barras. Para el procesamiento de la información se efectuaron las siguientes actividades:

- a. Recopilación de información sobre la presente investigación para su posterior ordenamiento y análisis detallado.
- b. Definición de variable para la categorización de los datos obtenidos presencialmente.
- c. Elección de una herramienta estadística para automatizar el procesamiento de la información. Mediante Excel, software de Microsoft se realizó el volcado de información plasmada en las encuestas. El programa IBM -SPSS- versión 25 (Statistical Package for the Social Sciences) nos permitió efectuar el análisis de los datos.
- d. Se identificaron los errores durante el procesamiento de los datos y se implementaron las correcciones respectivas.
- e. Se elaboró el informe final considerando las respectivas conclusiones, así como las recomendaciones según resultados obtenidos.
- f. Se entregó el informe final.
- g. Impresión de resultados.

2.6 Criterios éticos.

- Se usaron en este informe los siguientes criterios éticos:
- **Objetividad:** El análisis de la situación encontrada se apoyará en criterios técnicos e ecuanímenes.
- **Confidencialidad:** Se asegurará la protección de identidad de las personas que participen como informador, así como la seguridad de la institución involucrada en la investigación.
- **Veracidad:** Los datos expuestos serán verdaderos, cuidando la reserva de los mismos.
- **Originalidad:** la información consignada, estará acompañada de sus respectivas fuentes bibliográficas por medio de las citas

correspondientes, a fin de demostrar la inexistencia de plagio intelectual.

- **Derechos laborales:** La propuesta de la solución propiciará el respeto a los derechos laborales y personales del trabajador en beneficio de la entidad en estudio.

2.7 Criterios de Rigor Científico

Se usaron en este informe son los siguientes criterios de rigor científico:

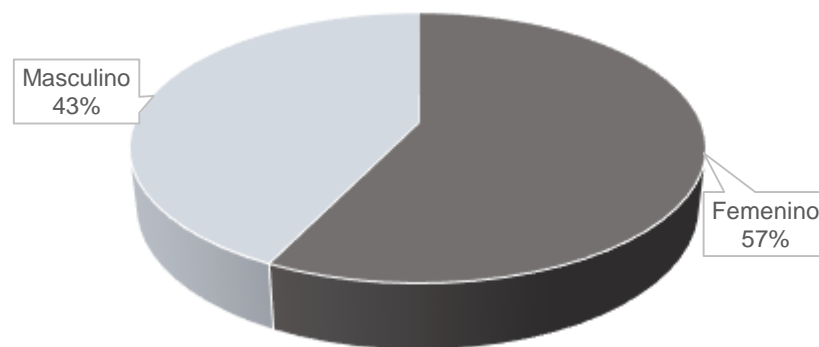
- **Validación:** Se efectuó la validación de los instrumentos de recolección de datos a través de Juicio de Expertos. (Rodríguez, 2013).
- **Confiabilidad:** Se realizaron cómputos estadísticos a fin de determinar el nivel de consistencia interna de los instrumentos de recolección de datos. (Rodríguez, 2013).

III RESULTADOS

3.1 Presentación de Resultados

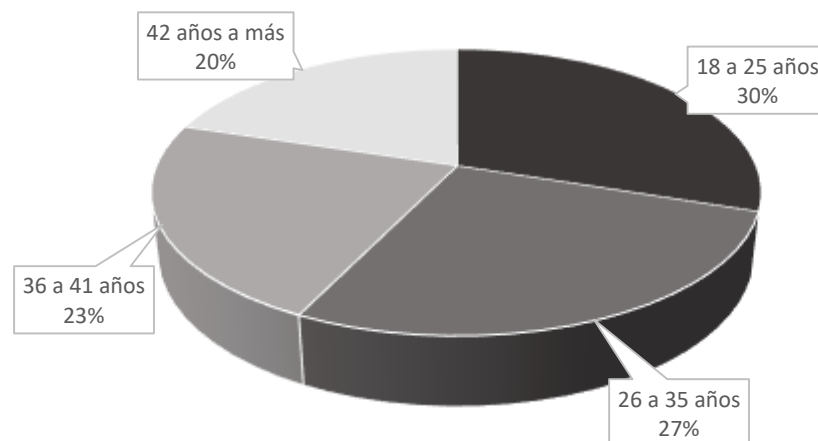
En esta sección del informe se presentan los resultados de la aplicación de la encuesta a los usuarios de la Sede Central del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de Lima, para evaluar la percepción que éstos tienen acerca de la calidad del servicio al cliente.

Figura 1
Género de los encuestados



Se aprecia en la figura que, del total de personas encuestadas, el género más significativo es el femenino con 57%, mientras que el género masculino tiene 43%.

Figura 2
Intervalos de edad de los encuestados



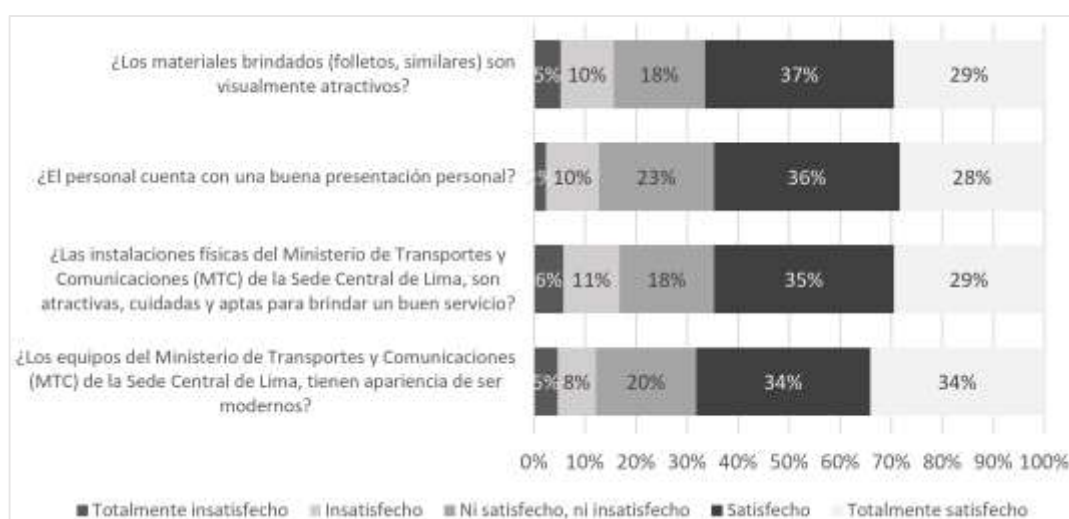
Se identifica en la figura que el rango de edades con mayor porcentaje fue el de 18 a 25 años de edad con el 30%, mientras que el rango con menor porcentaje fue el de 42 años a más con un 20%.

Los resultados asociados a las dimensiones de la variable calidad de atención al cliente, se encuentran agrupados teniendo como referencia la estructura de la Escala SERVQUAL, que considera las dimensiones: elementos tangibles, la fiabilidad del servicio de atención al cliente, la capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Resultados de la dimensión Elementos Tangibles.

Resultados de la aplicación del cuestionario de encuesta para evaluar la dimensión Elementos Tangibles de la calidad del servicio de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de la Sede Central en Lima.

Figura 3
Elementos Tangibles



Nota: Programa informático SPSS.

Tal y como se observa en la figura adjunta, los resultados del cuestionario aplicado a los usuarios de la Sede Central del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de Lima para conocer la percepción que tienen del servicio de atención al cliente y en lo que concierne a la dimensión Elemento Tangibles, al respecto se precisa que como máximo el 17% de encuestados se encuentra en desacuerdo o disconformes con la apariencia de las instalaciones físicas, equipos,

presentación de los empleados y materiales de comunicación; dicho porcentaje se obtuvo de la suma del 6% (totalmente en desacuerdo) y 11% (en desacuerdo) a la pregunta “Las instalaciones físicas del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, son atractivas, pulcras y aptas para brindar un buen servicio”.

Resultados de la dimensión Fiabilidad del Servicio.

Resultados de la aplicación del cuestionario de encuesta para evaluar la dimensión Fiabilidad del Servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de la Sede Central en Lima.

Figura 4
Fiabilidad del Servicio



Nota: Programa informático SPSS.

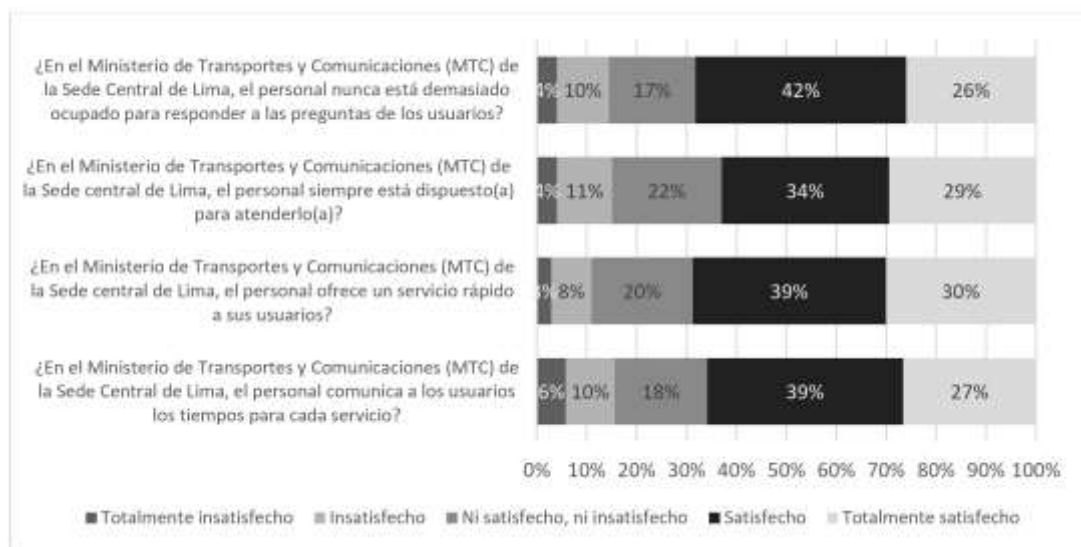
Tal y como se observa en la figura adjunta, los resultados sobre la percepción que tienen los usuarios sobre el servicio de atención al cliente y en lo que concierne a la dimensión Fiabilidad del Servicio, al respecto se precisa que el 17% de encuestados se encuentra en disconformidad con lo que se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, como son la eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y resolución de problemas; dicho porcentaje se obtuvo de la suma del 5% (totalmente insatisfecho) y el 12% (insatisfecho) a la pregunta “Cuándo el usuario presenta un inconveniente, el

personal muestra un interés real en solucionarlo”.

Resultados de la dimensión Capacidad de Respuesta.

Resultados de la aplicación del cuestionario de encuesta para evaluar la dimensión Capacidad de Respuesta en el servicio de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de la Sede Central en Lima.

Figura 5
Capacidad de Respuesta



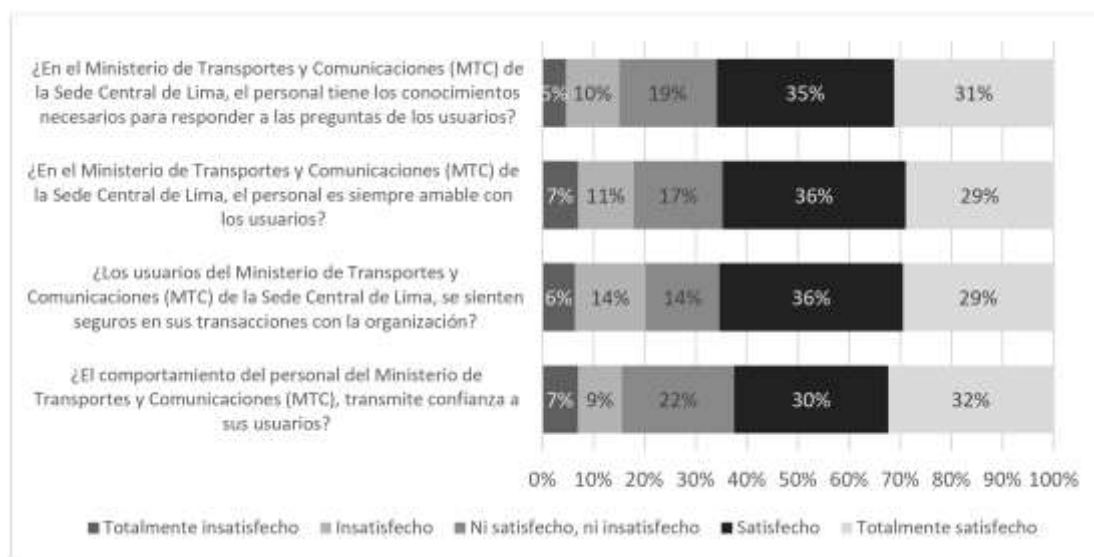
Nota: Programa informático SPSS.

Tal y como se observa en la figura adjunta, los resultados sobre la percepción que tienen los usuarios sobre el servicio de atención al cliente y en lo que concierne a la dimensión Capacidad de Respuesta, al respecto se precisa que el 69% de encuestados se encuentra conforme con lo que refiere a la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio; dicho porcentaje se obtuvo de la suma del 39% (satisfecho) y el 30% (totalmente satisfecho) a la pregunta “En el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede central de Lima, el personal ofrece un servicio rápido a sus usuarios?”.

Resultados de la dimensión Seguridad.

Resultados de la aplicación del cuestionario de encuesta para evaluar la dimensión Seguridad en el servicio de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de la Sede Central en Lima.

Figura 6
Seguridad



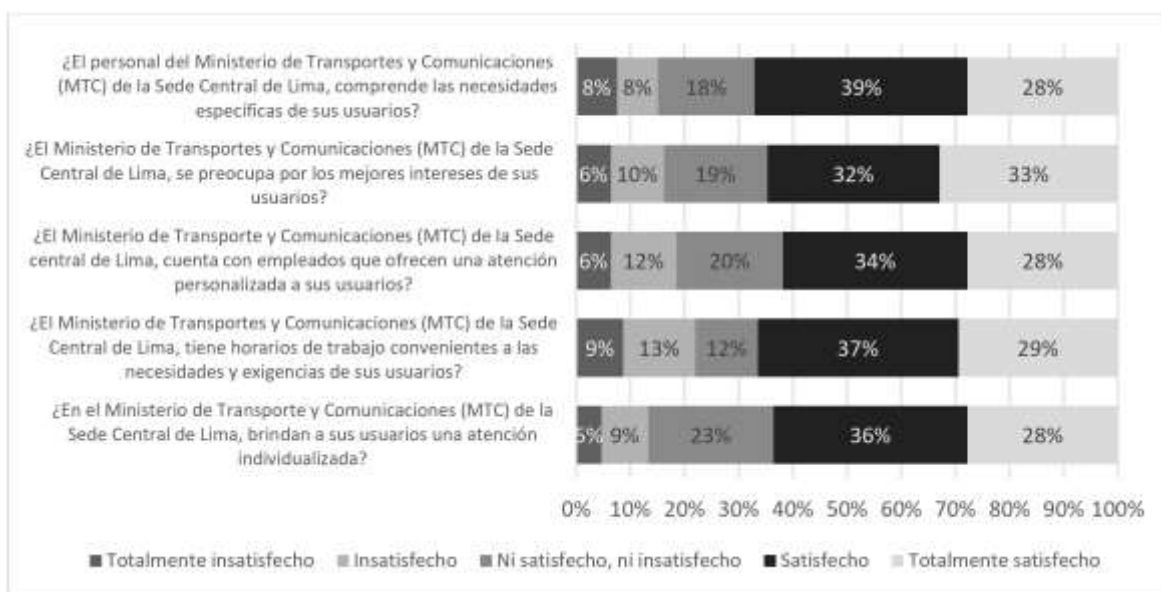
Nota: Programa informático SPSS.

Tal y como se observa en la figura adjunta, los resultados sobre la percepción que tienen los usuarios sobre el servicio de atención al cliente y en lo que concierne a la dimensión Seguridad, al respecto se precisa que el 20% de encuestados se encuentra en disconformidad con lo que se refiere a la habilidad en el servidor o empleado para inspirar credibilidad en el usuario en la prestación del servicio; dicho porcentaje se obtuvo de la suma del 6% (totalmente insatisfecho) y del 14% (insatisfecho) a la pregunta “Los usuarios del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, se sienten seguros en sus transacciones con la organización”.

Resultados de la dimensión Empatía.

Resultados de la aplicación del cuestionario de encuesta para evaluar la dimensión Empatía en el servicio de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de la Sede Central en Lima.

Figura 7
Empatía



Nota: Programa informático SPSS.

Tal y como se observa en la figura adjunta, los resultados sobre la percepción que tienen los usuarios sobre el servicio de atención al cliente y en lo que concierne a la dimensión Empatía, al respecto se precisa que el 67% de encuestados se encuentra conforme con lo que se refiere a la atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes; dicho porcentaje se obtuvo de la suma del 39% (satisfecho) y del 28% (totalmente satisfecho) a la pregunta “El personal del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, comprende las necesidades específicas de sus usuarios”.

3.2 Discusión de Resultados

La valoración de la satisfacción de los usuarios de los servicios prestados por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones se realiza tomando como

instrumento de evaluación, el Método Serqval, el cual permitió obtener datos relevantes de los usuarios sobre las interacciones que tienen lugar entre ellos y la institución, y que se pueden considerar como creadoras de cierto impacto sobre los usuarios.

Obtenidos los elementos de satisfacción, se efectuó la medición de la satisfacción del usuario, comprendida en tres etapas: diseñar la encuesta para el cálculo del nivel de satisfacción del usuario, a partir de los elementos identificados en la fase anterior; aplicación de la encuesta para la medición de la satisfacción del usuario; y el procesamiento de la información, generando estadísticas de los datos obtenidos de la aplicación de las encuestas. La principal ventaja de utilización de este método de evaluación de la prestación del servicio, es que contribuyó a conocer la situación del nivel de satisfacción del cliente externo que manifestaron que desearían que fueron atendidos en su oportunidad y que la organización se preocupa por ellos en la medida que esta utilice la información para perfeccionar los procesos.

El diseño de la encuesta para la medición de la satisfacción del usuario en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, se efectuó considerando sus siguientes partes constitutivas:

La introducción, refiriendo las razones de la encuesta;

Instrucciones donde se detalla la escala correspondiente a usar y la equivalencia para cada una de dichas opciones;

Afirmaciones positivas que refieren casos puntuales las necesidades de los usuarios, pues, aunque las incidencias se determinan de los aspectos negativos y positivos, la mezcla de terminología presentada de manera positiva y negativa conlleva a problemas sobre la comprensión del enunciado por parte de los usuarios (encuestados) y, consecuente a ello, interpretaciones erradas (Carman, 1990; en mayo, 2011);

La despedida, donde se reconoce y se agradece al encuestado su participación.

La encuesta elaborada se muestra en el Anexo 4, ésta recoge la percepción de los usuarios en virtud del desempeño de la institución, entiéndase desempeño como el rendimiento percibido, en cada elemento de satisfacción identificado y consignado en el instrumento.

IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados anteriores se puede concluir que en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones se percibe un alto nivel de satisfacción en el usuario externo a nivel general, reflejado en los resultados obtenidos para cada uno de los ítems de las dimensiones evaluadas: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

En particular, los análisis de las encuestas realizadas, arrojaron resultados que son importantes mencionarlos:

Se concluye que según los resultados obtenidos para la dimensión elementos tangibles, la mayoría de usuarios manifestó satisfacción, no obstante, se han identificado falencias relacionadas a la infraestructura, representadas por un menor porcentaje de usuarios que valoran de forma negativa los indicadores de esta dimensión.

Se determinó según los resultados obtenidos para la dimensión fiabilidad de servicio, que la mayoría de usuarios manifestó satisfacción, no obstante, se han identificado debilidades relacionadas a los indicadores: cumplen lo prometido, sincero interés por resolver problemas, realizan bien el servicio la primera vez, concluyen el servicio en el tiempo prometido; representadas por un menor porcentaje de usuarios que valoran de forma negativa dichos indicadores.

Se determinó según los resultados obtenidos para la dimensión capacidad de respuesta, que la mayoría de usuarios manifestó satisfacción, no obstante, se han identificado debilidades en todos sus indicadores, según la percepción por parte de un porcentaje menor de usuarios.

Se concluye que según los resultados obtenidos para la dimensión seguridad, la mayoría de usuarios mostró satisfacción en sus respuestas, sin embargo, un porcentaje reducido de usuarios manifiesta insatisfacción en todos los indicadores, lo que conlleva a reconocer puntos de mejora a reforzar.

Se determinó que según los resultados obtenidos para la dimensión empatía, la mayoría de usuarios manifestó satisfacción en sus respuestas, no obstante, se han identificado oportunidades de mejora para todos los indicadores de esta dimensión, hecho que se respalda en la valoración negativa de un porcentaje menor de usuarios.

El incremento de quejas que dio origen a esta investigación, aparentemente no guarda relación directa con la forma en que se brindan los servicios en la institución.

4.2 Recomendaciones

Con el fin de reforzar las deficiencias asociadas a los elementos tangibles, se recomienda mejorar las instalaciones de la plataforma de atención al ciudadano y gestión documental del Ministerio de transportes y comunicaciones, con la finalidad de brindar comodidad en el desarrollo de cada una de las gestiones efectuadas en dicha institución por parte de los usuarios.

Se recomienda al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, programar capacitaciones periódicas que permitan reforzar los conocimientos y aptitudes del personal de la Oficina de Atención al Ciudadano y Gestión Documental, orientados al manejo de clientes críticos, inteligencia emocional, manejo de estrés, gestión de quejas y reclamaciones, entre otros indispensables para garantizar una atención de calidad.

Se recomienda, efectuar reuniones semanales entre la coordinación de la Plataforma de Atención al Ciudadano y el personal a fin de efectuar un feedback sobre las normativas, estandarización de procesos, protocolos de atención y contenido de los procedimientos y servicios que brinda la institución.

Se recomienda, solicitar el apoyo de la Alta Dirección a fin de designar un coordinador por cada Dirección General de la institución que permita una comunicación fluida entre la plataforma de atención al Ciudadano y las unidades orgánicas que resuelven los procedimientos administrativos de dicho Ministerio.

Que, a pesar de los resultados obtenidos, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, debe efectuar un estudio orientado exclusivamente a las quejas y/o reclamaciones de sus usuarios, implementando soluciones y evitando solo acciones paliativas, esto en virtud a la nueva estructura organizacional (ROF) y los documentos de gestión derivados como el Texto Único de Procedimientos Administrativos institucional, y que podría mantener un porcentaje de usuarios desinformados en los nuevos plazos y métodos de acceso a los servicios brindados por esta Institución.

V REFERENCIAS

- Arévalo, M., Escobar, S. y Jaramillo, M. (2019). Evaluación de la calidad en empresas de servicio aplicando el modelo de Cronin y Taylor, Caso Crea inmobiliaria de la ciudad de PUYO. *Revista Dilemas Contemporáneos*. <https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/1461>
- Arellano-Díaz, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista Científica dominio de las Ciencias*, 3(1), 72-83. DOI: 10.23857/dc.v3i3mon.627
- Villoria, M. (2019). El papel de la Administración pública en la generación de calidad democrática. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 5-38. <http://old.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/065-junio-2016/Villoria.pdf>
- Salazar, W. y Cabrera-Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. *Industria Data*, 19(2), 13-320. <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>
- Henderson, A. (2017). *De la administración pública tradicional a la calidad en la gestión pública: un análisis comparativo de las políticas públicas sobre la calidad en Centroamérica*. ICAP Costa Rica. <http://hdl.handle.net/2238/9146>
- Dellepiane, L. (2018). *Un Estado para el ciudadano*. Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-pe/un-estado-para-el-ciudadano>
- Ochoa, V. (2018). *Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención*. Diario Gestión. <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/>
- Avilés, L. (2018). *Desempeño de la Administración Pública en Perú*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/desempeno-de-la-administracion-publica-en-peru/>

- Villa, H., Cando, A., Alcoser, F. y Ramos, R. (2017). Estudio de los servicios públicos en la ciudad de riobamba y la satisfacción de los usuarios. *Empresa*, 6(4), 55-71. <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.060432.55-71>
- Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (2016). *Estabilidad y mejoría en los servicios públicos*. Agencia de Evaluación y calidad. http://www.aeval.es/export/sites/aeval/comun/pdf/calidad/informes/Informe_Percepcion_2016.pdf
- Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- Guatzoón, M., Canto, A. y Pereyra, A. (2020). Calidad en el servicio en micronegocios del sector artesanal de madera en una comisaría de Mérida, México. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(1), 120-132. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052020000100120>
- Tejada, R. (2016). *Propuesta de estrategias para mejorar la administración de los recursos humanos, en la gestión de la Municipalidad Provincial de Bagua*. [Tesis Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2293>
- Calero, J. (2016). *Gestión administrativa y calidad de los servicios en la municipalidad provincial de Huaral en el año 2015*. [Tesis Licenciatura, Universidad Católica de los Ángeles Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/573>
- Guzmán, A. y Ramos, J. (2018). *Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario de la dirección regional de educación Pasco - 2017*. [Tesis Licenciatura, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/621>

- Muñoz, N. (2018). *Calidad de servicio al ciudadano en la Municipalidad distrital de Barranco, Lima 2018*. [Tesis Licenciatura, Universidad Norbert Wiener]. <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/2458>
- Tam, L. (2018). *El uso de las plataformas digitales para mejorar la calidad de servicio en el RENIEC – Lima 2018*. [Tesis Licenciatura, Universidad Norbert Wiener]. <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/2722>
- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de clientes*. (2ª Ed.): Esic Editorial.
- Carrizo, A., Freitas, P. & Ferreira, V. (2017). The Effects of Brand Experiences on Quality, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study in the Telecommunications Multiple-play Service Market [Los efectos de las experiencias de marca en la calidad, la satisfacción y la lealtad: un estudio empírico en el mercado de servicios de telecomunicaciones múltiples]. *Innovar*, 27(64), 23-38. <https://doi.org/10.15446/innovar.v27n64.62366>
- Clown, K. y Baack, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. (4ª Ed.): Pearson Educación
- Palacios, W., Félix, M. & Ormaza, M. (2016). Measurement of satisfaction with borrowed service quality in a municipal financial management [Medición de la satisfacción con la calidad del servicio prestado en una dirección financiera municipal]. *Revista ECA Sinergia*, 8(1), 24-32. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v7i1.225
- Dias, C., Ferreira, A., Romão, A. & Fonseca, A. (2019). Examining the relationship between perceived service quality, satisfaction, and renewal intention in Portuguese fitness centers [Examinar la relación entre la calidad del servicio percibida, la satisfacción y la intención de renovación en los gimnasios portugueses]. *Revista de psicología del deporte*, 28(2), 49-58. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7024673>
- Hernán, O. y Díaz, A. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista científica dominio de las ciencias*, 3(3), 72-83. <https://doi.org/10.23857/pocaip>

- Parra, C. & Rodríguez, F. (2016). Training and its effect in quality management in organizations [La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones]. *Revista de investigación, desarrollo y innovación*, 6(2), 131-143. <http://dx.doi.org/10.19053/20278306.46021>
- Ventosa M. (2019). De Gestionar Transacciones Y Personas a Gestionar Relaciones Humanas. *Capital Humano*, 339. 20-21. <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=5&sid=a2fb373a-ee7f-41db-944e-e3e439260910%40sdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=134280876&db=fua>
- Kumar, M., Sujit, K. & Charles (2018). Deriving managerial implications through SERVQUAL gap elasticity in UAE banking [Derivando implicaciones gerenciales a través de la elasticidad de la brecha de SERVQUAL en la banca de los EAU]. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(4), 940-964. DOI: 10.1108/IJQRM-10-2016-0176.
- Monge, M., Carvajal, E., Ledesma, R. y Valle, G. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de la parroquia turística Misahualli - napo1. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 12(27). <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/servicio-restaurantes-misahualli.html>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18(3), 381-398. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>
- Ramos, B. (2019). *Percepción de la calidad de servicio entre los colaboradores en la I.E.E. Harvard empleando la escala SERVQUAL*. [Tesis Licenciatura, Universidad Continental]. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/5264>
- Ocampo, P. y Prada, R. (2016). Oportunidad Para Adoptar Estrategias De Orientación Al Mercado y La Orientación a la Gerencia de la Cadena de Abastecimiento En El Sector De Retail. *Lámpsakos*, 16(1), 75-87. <http://dx.doi.org/10.21501/21454086.2028>

- Hernández R., Fernández C. y Baptista L. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª Ed.): Mc Graw Hill Education.
- Páramo, P. (2018). *La investigación en ciencias sociales: técnicas de recolección de la información*. Universidad Piloto de Colombia. DOI: 10.2307/j.ctv7fmfjk
- Ferreyro, A. y Longhi, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Encuentro Grupo Editor.
- Frías, D. (2019). Apuntes de consistencia interna de las puntuaciones de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*. <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. & Malhotra, A. (2018). Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge [Entrega de calidad de servicio a través de sitios web: una revisión crítica del conocimiento existente]. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375. DOI: 10.1177/009207002236911
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la Investigación*. (5ª Ed.): Ecoe Ediciones.G.
- Inca, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015*. [Tesis Licenciatura, Universidad Nacional José María Arguedas]. <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/225>
- Estrada, R. (2017). *Calidad de atención y su relación con la satisfacción al usuario – Municipalidad Distrital Rázuri, 2017*. [Tesis Magister en Gestión Pública. Universidad Cesar Vallejo]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11800?locale-attribute=en>
- Conde, R. (2016). *Calidad de servicio de trámite administrativo municipal y su influencia en la satisfacción del ciudadano*. [Tesis Doctorado, Universidad César Vallejo]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/4254>

Morales, D. (2016). *Calidad del servicio y el nivel de satisfacción al ciudadano en la Comisaria PNP de Salamanca – Ate 2016*. [Tesis Maestría, Universidad César Vallejo]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12520>

Carbajal, C. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano del Congreso de la República – 2016*. [Tesis Maestría, Universidad César Vallejo]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/8936>

Alcaide, J. (2015). *Fidelización de clientes*. (2ª Ed.): Esic Editorial.

Schnarch, A. (2017). *Marketing de fidelización*. (2ª Ed.): ECOE Ediciones

Kotler, P y Armstrong, G. (2016). *Fundamentos de marketing*. (13ª Ed.): Pearson Educación

Estrada, E. (2017). *“Calidad de atención y su relación con la satisfacción al usuario – Municipalidad distrital Rázuri, 2017*. [Tesis Maestría, Universidad César Vallejo]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11800?locale-attribute=en>

ANEXOS



PERÚ

Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones

Secretaría
General

Oficina de
Atención al Ciudadano
y Gestión Documental

"Año de la Universalización de la Salud"

Lima, 16 de noviembre de 2020

OFICIO N° 1988-2020-MTC/04.02

Señor

EDGARD ROLAND TUESTA TORRES

Decano (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales

Universidad Señor de Sipán

Trujillo,

Ref.: Hoja de Ruta N° S-68951-2020

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, en relación al documento de la referencia, en donde se solicita la autorización de uno de sus estudiantes a fin de recabar información necesaria a través de encuestas y entrevistas para su investigación.

Al respecto y en virtud de lo solicitado, he autorizado con antelación al Señor Christian Arturo Montes Vela identificado con DNI 40635748, el levantamiento de la información que considere necesario para su análisis respectivo en el desarrollo de la investigación "ESTRATEGIAS PARA MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO DEL MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES - SEDE CENTRAL LIMA".

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para expresarle mi mayor consideración y estima.

Atentamente,



ANGÉLICA BEATRIZ CÉSPEDES ARANA
Coordinadora de la Plataforma de Atención al Ciudadano

Tabla 1
Matriz de Consistencia

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	MÉTODOS	
<p>Problema general ¿Cuál es el estado actual de la calidad de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central Lima, 2019?</p>	<p>Las estrategias si constituyen una herramienta para mejorar la calidad del servicio al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – Sede Central Lima, 2019.</p>	<p>Objetivo general: Evaluar la calidad de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones Sede Lima, 2019.</p> <p>Objetivo específicos : 1. Diagnosticar la problemática de la calidad de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones Sede Lima, 2019.</p> <p>2. Identificar las dimensiones influyentes de la calidad de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones Sede Lima, 2019.</p> <p>3. Diseñar una propuesta de mejora de la calidad de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones Sede Lima, 2019.</p> <p>4. Estimar los resultados que generará la implementación de una propuesta de mejora de la calidad de atención al usuario del Ministerio de Transportes y Comunicaciones Sede Lima, 2019.</p>	<p>Calidad de atención al usuario</p>	<p>Elementos Tangibles</p>	1	Equipos de apariencia moderna	¿Los equipos del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, son modernos?	<p>Técnica: La encuesta</p> <p>Instrumento: El cuestionario</p>
					2	Instalaciones visualmente atractivas	¿Las instalaciones físicas del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio?	
					3	Empleados con apariencia pulcra	¿El personal cuenta con una buena presentación personal?	
					4	Elementos materiales atractivos	¿Los materiales brindados (folletos, similares) son visualmente atractivos?	
				<p>Fiabilidad</p>	5	Cumplen lo prometido	¿El personal de servicios promete hacer algo en un plazo determinado y lo cumple?	
					6	Sincero interés por resolver problemas	¿Cuando el usuario presenta un inconveniente, el personal muestra un interés real en solucionarlo?	
					7	Realizan bien el servicio la primera vez	¿El personal realiza correctamente el servicio la primera vez?	
					8	Concluyen el servicio en el tiempo prometido	¿El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba?	
					9	No cometen errores	¿El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, insiste en mantener registros exentos de errores?	
				<p>Capacidad de respuesta</p>	10	Comunican cuando concluirán el servicio	¿En el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, el personal comunica a los usuarios los tiempos para cada servicio?	
					11	Los empleados ofrecen un servicio rápido	¿En el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede central de Lima, el personal ofrece un servicio rápido a sus usuarios?	
					12	Los empleados siempre están dispuestos a ayudar	¿En el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede central de Lima, el personal siempre está dispuesto(a) para atenderlo(a)?	
					13	Los empleados nunca están demasiado ocupados	¿En el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, el personal nunca está demasiado ocupado para responder a las preguntas de los usuarios?	
				<p>Seguridad</p>	14	Comportamiento confiable de los Empleados	¿El comportamiento del personal del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), transmite confianza a sus usuarios?	
					15	Clientes se sienten seguros	¿Los usuarios del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, se sienten seguros en sus transacciones con la organización?	
					16	Los empleados son amables	¿En el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, el personal es siempre amable con los usuarios?	
					17	Los empleados tienen conocimientos suficientes	¿En el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, el personal tiene los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los usuarios?	
				<p>Empatía</p>	18	Ofrecen atención individualizada	¿En el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, se brinda una buena atención a todos los usuarios?	
					19	Horarios de trabajo convenientes para los clientes	¿El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, tiene horarios de trabajo convenientes a las necesidades y exigencias de sus usuarios?	
					20	Tienen empleados que ofrecen atención personalizada	¿El Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC) de la Sede central de Lima, cuenta con empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios?	
					21	Se preocupan por los clientes	¿El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios?	
					22	Comprenden las necesidades de los clientes	¿El personal del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de la Sede Central de Lima, comprende las necesidades específicas de sus usuarios?	