



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS DE LA SUBDIRECCIÓN DE LICENCIAS DE
CONducir, PUNO – 2019**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. LILIANA RODRÍGUEZ MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PUNO – PERÚ

2021



DEDICATORIA

“Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas.”

(Josué 1:9 – RVR 1960)

Toda la gloria es de Dios, alabado sea.

Al creador

Por haberme permitido llegar hasta este punto en la vida y concluir esta investigación, además, por su infinita misericordia, amor y cuidado.

A mi madre Andrea

Por ser mi ejemplo de perseverancia y carácter para enfrentar los desafíos de la vida.



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional del Altiplano, a todos los docentes de la Escuela Profesional de Administración, al personal administrativo de la Subdirección de Licencias de Conducir y al ingeniero Percy Huata Panca, director de circulación terrestre en 2019, por brindarme las facilidades necesarias para poder llevar a término esta investigación.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN..... 11

ABSTRACT..... 12

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 15

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 17

1.2.1. Problema general 17

1.2.2. Problemas específicos 17

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 18

1.3.1. Hipótesis general..... 18

1.3.2. Hipótesis específicas 18

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO 18

1.4.1. Justificación teórica..... 18

1.4.2. Justificación práctica..... 19

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 20

1.5.1. Objetivo general..... 20

1.5.2. Objetivos específicos 20

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN..... 22

2.1.1. Antecedentes internacionales 22

2.1.2. Antecedentes nacionales 24

2.1.3. Antecedentes locales 27

2.2. MARCO TEÓRICO..... 30

2.2.1. Calidad 30

2.2.2. El servicio 30

2.2.2.1. Características de los servicios 31



2.2.3. Calidad del servicio.....	32
2.2.4. Modelos de medición de la calidad de los servicios	34
2.2.4.1. Modelo SERVQUAL.....	34
2.2.4.3. Modelo SERVQUAL modificado:	35
2.2.4.4. Modelo de calidad normalizada NQ (<i>Normalized Quality</i>).....	37
2.2.4.5. Modelo SERVQUAL revisado	38
2.2.5. Servicios públicos	38
2.2.5.1. Características de los servicios públicos	39
2.2.6. Calidad de los servicios públicos	40
2.2.7. Satisfacción del usuario	40
2.2.8. Evaluación de la satisfacción del usuario	41
2.2.9 Satisfacción desde la perspectiva ciudadana.....	42
2.2.10. Estudios de medición de satisfacción del ciudadano-usuario.....	44
2.2.10.1. La identificación de los impulsores de la satisfacción del ciudadano según el <i>Institute for Citizen-centered Service</i>	47
2.3. MARCO CONCEPTUAL	49

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.....	52
3.1.1. Ubicación orgánica del estudio	52
3.1.2. Subdirección de Licencias de Conducir de Puno.....	53
3.2. PERÍODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO.....	54
3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO.....	54
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO.....	54
3.4.1 Población.....	54
3.4.1.1. Criterio de exclusión:	55
3.4.2. Muestra.	55
3.4.2.1. Muestreo probabilístico:	55
3.4.2.2. Muestreo aleatorio simple:.....	56
3.5. DISEÑO ESTADÍSTICO	56
3.5.1. Estadísticos descriptivos	56
3.5.1.1. Medidas de tendencia central.....	57
3.5.1.2. Medidas de dispersión.....	57
3.5.1.3. Análisis de fiabilidad	58



3.5.1.4. Validez	58
3.5.2. Estadísticos inferenciales	58
3.5.2.1. Distribución de probabilidad normal	59
3.5.3. Estadísticos correlacionales	59
3.5.3.1. Diagrama de dispersión.....	59
3.5.3.2. Coeficiente de correlación	59
3.5.3.3. Coeficiente de correlación de Spearman.....	59
3.6. DISEÑO METODOLÓGICO	59
3.6.1. Enfoque de la investigación	59
3.6.2. Diseño de la Investigación	60
3.6.3. Tipo de investigación.....	60
3.6.4. Técnicas de investigación	61
3.6.5. Instrumento para la recolección de datos.....	61
3.7. VARIABLES	62
3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	64
3.8.1. Análisis descriptivo.....	64
3.8.1.1. Análisis del promedio y representatividad.....	65
3.8.2. Análisis correlacional.....	65
3.8.2.1. Análisis de normalidad.....	65
3.8.2.2. Análisis del coeficiente de correlación	66

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. RESULTADOS.....	67
4.1.1. Resultados del objetivo específico 1	68
4.1.1.1. Resultados de la variable calidad del servicio	69
4.1.1.2. Calidad del servicio en su dimensión tangibilidad	70
4.1.1.3. Calidad del servicio en su dimensión fiabilidad	71
4.1.1.4. Calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta.....	73
4.1.1.5. Calidad del servicio en su dimensión seguridad.....	74
4.1.1.6. Calidad del servicio en su dimensión empatía.....	75
4.1.2. Resultados del objetivo específico 2.....	77
4.1.2.1. Índice de Satisfacción del Cliente (CSI)	77
4.1.2.2. Impulsor diseño del servicio	79
4.1.2.3. Impulsor cumplimiento de plazos de entrega	80



4.1.2.4. Impulsor interacción del personal	81
4.1.2.5. Impulsor resolución de problemas	82
4.1.4. Resultados del objetivo general	83
4.1.4.1. Resultados correlacionales entre calidad de servicio SERVPERF y satisfacción del usuario.....	83
4.1.4.2. Resultados correlacionales entre calidad de servicio SERVQUAL y satisfacción del usuario	85
4.1.4.3. Resultados correlacionales entre calidad de servicio calidad normalizada y satisfacción del usuario	86
4.1.5 Contrastación de hipótesis	87
4.1.5.1 Contrastación de hipótesis específica 1	87
4.1.5.2 Contrastación de hipótesis específica 2	89
4.2 DISCUSIÓN	91
V.CONCLUSIONES.....	94
V.RECOMENDACIONES.....	96
VI.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXOS.....	103

TEMA: Evaluación de Servicios Públicos

ÁREA : Administración General

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 04 de marzo 2021



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Medidas de alpha de cronbach.....	58
Tabla 2: Operacionalización de variables	63
Tabla 3: Prueba de Kolmogorov- Smirnov	66
Tabla 4: Interpretación de los niveles de correlación	66
Tabla 5: Niveles de la calidad del servicio	69
Tabla 6: Niveles de la dimensión tangibilidad.....	71
Tabla 7: Niveles de la dimensión fiabilidad	72
Tabla 8: Niveles de la dimensión capacidad de respuesta	73
Tabla 9: Niveles de la dimensión seguridad	74
Tabla 10: Niveles de la dimensión empatía	76
Tabla 11: Índice de satisfacción del cliente.	77
Tabla 12: Ítems componentes del índice de satisfacción del cliente	79
Tabla 13: Impulsor diseño del servicio	80
Tabla 14: Impulsor cumplimiento de plazos de entrega	81
Tabla 15: Impulsor interacción del personal.....	81
Tabla 16: Impulsor resolución de problemas.....	82
Tabla 17: Correlación calidad del servicio servperf y satisfacción del usuario.....	84
Tabla 18: Correlación calidad del servicio servqual y satisfacción del usuario	85
Tabla 19: Correlación calidad del servicio calidad normalizada y satisfacción del usuario	86
Tabla 20: Medidas de tendencia central y dispersión de la variable calidad del servicio	88
Tabla 21: Medidas de tendencia central y dispersión de la variable satisfacción.....	89



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama de la dirección regional de transportes y comunicaciones puno	53
Figura 2. Valores porcentuales de los componentes del índice de satisfacción del cliente	79
Figura 3. Diagrama de dispersión entre calidad del servicio servperf y satisfacción del usuario	84
Figura 4. Diagrama de dispersión entre calidad del servicio servqual y satisfacción del usuario	86
Figura 5. Diagrama de dispersión entre calidad del servicio calidad normalizada y satisfacción del usuario.....	87



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

CSI (*Client Satisfaction Index*)

SERVQUAL (*Service Quality*)

SERVPERF (*Service Performance*)

NPM (*New Public Management*)

NQ (*Normalized Quality*)



RESUMEN

En el último lustro, se han impulsado políticas de modernización de la gestión pública centradas en la mejora continua de los procesos de gestión a fin de responder mejor a las necesidades de la ciudadanía, por ello es importante evaluar el desempeño del servicio y la satisfacción que genera, a fin de definir correctamente las prioridades e intervenciones que deberán realizarse en las entidades estatales. En esta investigación el objetivo principal fue determinar la relación del nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios en la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019, para lo cual se determina el nivel de calidad y el nivel de satisfacción desde la perspectiva de los usuarios. La investigación es de tipo relacional-descriptivo; así mismo se considera un estudio de diseño transversal no experimental. Considerando los objetivos planteados se ha definido que el enfoque de la investigación es el cuantitativo, el método principal es el deductivo. La muestra estuvo conformada por 385 unidades de estudio. El alcance del objetivo general se evidencia con el coeficiente de correlación de Spearman, siendo positivo para cada modelo: SERVPERF (0.6063), SERVQUAL (0.3111) y calidad normalizada (0.3128). Para cumplir con el primer objetivo específico, se realiza un análisis de los datos obtenidos bajo el cuestionario basado en las 5 dimensiones de SERVQUAL y se concluye que existe un nivel medio de calidad del servicio. Con referencia al segundo objetivo específico, se analizan los datos del índice de satisfacción del cliente, y se concluye que existe un nivel medio de satisfacción en el usuario. Finalmente, para alcanzar el tercer objetivo específico se proponen lineamientos de mejora orientados a la calidad del servicio.

Palabras Clave: SERVPERF, SERVQUAL, calidad normalizada, satisfacción, servicios públicos



ABSTRACT

In the last five years, public management modernization policies have been focused on the continuous improvement of management process to respond to the needs of citizens. Therefore, it is important to evaluate the performance of the service and the satisfaction that it generates, to correctly define the priorities and interventions to be carried out in state entities. In this research, the main objective was to determine the relationship between the level of service quality and the level of user satisfaction in the Puno driver's license subdirectorate in 2019. So, the level of quality and satisfaction are determined from the users' perspective. The research is of a relational-descriptive type; Likewise, it is considered a non-experimental cross-sectional study. Considering the proposed objectives, it has been defined that the research approach is quantitative, the main method is deductive. The sample consisted of 379 study units. The achievement of the general objective is evidenced by the Spearman correlation coefficient, being positive for each model: SERVPERF (0.6063), SERVQUAL (0.3111) and normalized quality (0.3128). To meet the first specific objective, an analysis of the data obtained from the survey based on the 5 dimensions of SERVQUAL is carried out and it is concluded that there is an average level of service quality. With reference to the second specific objective, the data from the customer satisfaction index are analyzed, and it is concluded that there is an average level of user satisfaction. Finally, to achieve the third specific objective, improvement guidelines are proposed aimed at service quality.

Key Words: SERVPERF, SERVQUAL, normalized quality, satisfaction, public services



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, resulta esencial disponer de organizaciones gubernamentales orientadas al cumplimiento de objetivos, adaptables a los constantes cambios tecnológicos y capaces de responder a la cada vez más exigentes expectativas de los ciudadanos. Para conseguirlo, las organizaciones gubernamentales deben prestar una considerable atención a la calidad de los servicios que ofrecen, por ser un elemento fundamental para la satisfacción de sus usuarios; y según Yamada y Montero de la Piedra (2011) para cumplir los objetivos de las políticas públicas relacionadas a la justicia social y reducción de la corrupción gubernamental.

Esto debido a que, como lo discuten ampliamente en su trabajo; salvo el caso de los centros educativos estatales, los pobres tienen menor probabilidad de acceso a los servicios públicos, tienden a gastar una proporción mayor de sus ingresos por concepto de coimas exigidas por los funcionarios públicos, sin dejar del lado que la tasa de culminación de trámites para este sector económico es muy baja.

Analizando las interrelaciones entre corrupción y burocracia, los autores encuentran que mayores niveles de burocracia tienden a elevar los pagos por coima, que la provisión de servicios estatales sigue siendo inequitativa y que la simplificación administrativa no solo es buena para reducir los costos de transacción y aumentar la competitividad de la economía peruana, sino también para disminuir la carga inequitativa que pesa sobre las familias pobres del Perú.

Por lo tanto, las organizaciones gubernamentales, después de tomar conciencia de la necesidad de llevar a cabo, de modo regular y sistemático, la evaluación de la



calidad de sus servicios y la satisfacción que generan a sus usuarios han de conocer la situación de partida a través de un sistema de medición.

Frente a este desafío, las organizaciones gubernamentales deberán de elegir aquel modelo que crean más conveniente, decidiendo acerca de cuál de los sistemas existentes se ajusta más a la finalidad que se pretende, la validez y utilidad de estos, los beneficios que reportan y su aplicabilidad.

Por lo expuesto, esta investigación se inició con el ánimo claro de demostrar que investigaciones para determinar el nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios públicos pueden afrontarse desde diversas perspectivas con metodologías de uso común en el sector privado o con alternativas extranjeras, desarrolladas con este fin. A fin de poder demostrar la factibilidad de tales investigaciones el caso específico elegido es el servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir de Puno en 2019.

Fruto de ese esfuerzo se elabora este estudio que consta de cuatro capítulos:

En el **capítulo I** se presenta el planteamiento del problema, la formulación del problema, las hipótesis de la investigación, la justificación del estudio y los objetivos de la investigación.

En el capítulo II se hace referencia a los antecedentes y la base teórica considerados en los cuales se sustenta la investigación.

En el capítulo III se detalla la ubicación geográfica del estudio, periodo de duración del estudio, los principales métodos y técnicas utilizadas en la investigación, instrumentos de recolección de datos y la referencia a la población y muestra utilizada.



En el **capítulo IV** se hace una exposición y análisis de los resultados de acuerdo con cada objetivo de investigación, dando lugar a hallazgos diferentes a los que se presumían en las hipótesis, los cuales son explicados en profundidad en el apartado referido a la contrastación de hipótesis; al final del capítulo se incluyen las discusiones.

Se finaliza con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La imagen popularizada de los servicios públicos evoca la rutina, la ineficiencia, la complicación de procedimientos, el exceso de personal, la corrupción y el patronazgo político; admitámoslo o no, esta descripción halla representaciones tangibles, en grados y formas variables con respecto al funcionamiento del aparato gubernamental.

Sin embargo, en los últimos años, siguiendo las tendencias introducidas en las propuestas, análisis y políticas a nivel nacional, se busca el establecimiento de una administración pública, orientada a una sustitución de las estructuras centralizadas e ineficientes por estructuras y procesos más cercanos a los ciudadanos.

Los lineamientos de las políticas de modernización de la gestión pública adoptan la gestión por procesos, la cual busca asegurar que los bienes y servicios públicos de responsabilidad de las entidades gubernamentales, generen resultados e impactos positivos para el ciudadano. Viniendo a ser entonces, la satisfacción del usuario, la evaluación que realiza este, respecto del producto o servicio recibido, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas, el fin que justifica la existencia de las entidades públicas. (SGP,2015)

Se deduce entonces que la finalidad del servicio público es ayudar a conseguir los objetivos del ciudadano; esto debería obligar a meditar en las necesidades del ciudadano-cliente y a pensar quizás que esperen del servicio más de lo que, en principio, se considere apropiado. Por tanto, hay que preguntarles sobre sus necesidades y sobre



su percepción del grado en que las estamos atendiendo; solo así se puede determinar la idoneidad del desempeño y el grado de cumplimiento de funciones de las entidades u organismos de la Administración Pública.

En la sociedad puneña son muy pocas las instituciones públicas que cuentan con un plan o programa que busca medir el desempeño y el resultado de la calidad de los servicios que proveen a los ciudadanos-usuarios y podemos afirmar que ninguno cuenta con un plan para mejorar el servicio ya existente.

Lo cual desvirtúa la razón de creación del aparato burocrático, en el sentido de que este debía servir de nexo entre la sociedad civil y el Estado, de manera que las necesidades sociales sean satisfechas de forma equitativa y estandarizada.

Sin embargo, en la actualidad, la búsqueda de generación de valor en los resultados del sector público ha llevado a definir que la manera en que se desempeña la gestión pública determina la eficiencia, eficacia y calidad de los resultados obtenidos con las intervenciones gubernamentales. Con esto, ni las políticas mejor formuladas y diseñadas pueden alcanzar resultados satisfactorios si el modelo de administración pública que las pone en marcha no está sustentado en servir adecuadamente al ciudadano-usuario. (SGP,2013)

En este contexto, según disposiciones nacionales, la subdirección de licencias de conducir de Puno, se hace cargo de la emisión de Licencias de conducir para la región de manera progresiva desde finales del 2013, lo que ha generado que estas se enfrenten al hecho de tener que diseñar e implementar los mejores procesos de servicio, a fin de poder cumplir con sus nuevas funciones y brindar el servicio a los usuarios de la mejor manera posible.

Se entiende que estos procesos de servicio son únicos y se crearon y entraron en operación sobre la marcha; siendo la experiencia relativamente nueva, no se tiene la



plena certeza de que el proceso del servicio ofertado, centrado en las competencias y funciones, se provea con un nivel adecuado de calidad o que satisfaga las expectativas y necesidades del usuario.

Por consiguiente, aunque las valoraciones de las expectativas y percepciones tanto de la calidad del servicio cómo de la satisfacción pueden llegar a considerarse subjetivas, con esta investigación se levanta un informe que expone datos sobre el nivel de calidad del servicio mediante el uso de tres diferentes modelos: SERVPERF, SERVQUAL y calidad normalizada.

De igual manera el nivel de satisfacción de los usuarios se determina mediante el uso del índice de satisfacción del cliente; y si bien los antecedentes y bibliografía utilizada nos indican que la calidad del servicio mantiene relación con la satisfacción; y dado que el contexto expuesto induce a afirmar que un bajo nivel de calidad está relacionado con un bajo nivel de satisfacción del usuario, este enunciado necesita ser reafirmado en base a la data obtenida; y en base a ella de ser necesario se proponen lineamientos de mejora orientados a la calidad del servicio.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

P.G.: ¿Cómo se relacionan la calidad del servicio evaluada bajo los modelos: SERVPERF, SERVQUAL y calidad normalizada; con la satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019?

1.2.2. Problemas específicos

P.E.1.: ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio evaluado bajo los modelos SERVPERF, SERVQUAL y calidad normalizada desde la perspectiva de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019?



P.E.2.: ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la de calidad del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019?

P.E.3.: ¿Es posible proponer lineamientos orientados a mejorar la calidad del servicio que permitan incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

H.G.: Existe una relación positiva entre la calidad del servicio evaluada bajo la aplicación de los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada; y la satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.

1.3.2. Hipótesis específicas

H.E.1.: Existe un nivel bajo de calidad del servicio evaluado bajo la aplicación de los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada, desde la perspectiva de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.

H.E.2.: Existe un nivel bajo de satisfacción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

1.4.1. Justificación teórica

Los procesos de gestión de los servicios públicos son únicos y progresivamente sometidos a cambios con la visión de establecer un gobierno moderno al servicio de las personas. En el caso específico de la subdirección de licencias de conducir de Puno, este será el primer estudio en determinar el nivel de calidad de servicio y de satisfacción del usuario con respecto al servicio proveído en dicha dependencia. Al ser la primera



investigación que sigue la metodología científica y desconocerse los niveles y la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, se satisface un vacío de conocimiento científico.

Se establece también que la investigación inicia con el ánimo claro de demostrar que investigaciones para determinar el nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios públicos pueden afrontarse bajo diferentes metodologías. Lo que se espera pueda ser de utilidad a otros investigadores que compartan intereses similares.

Finalmente, se busca establecer bases para futuros estudios, que sirvan de utilidad a todas aquellas instituciones que deseen medir su desempeño desde el punto de vista del usuario, con el objetivo único de generar una mejor calidad de servicio; al diagnosticar correctamente la situación de sus procesos y articular una estrategia realista que incida en minimizar las deficiencias y ayude a mejorar los procesos.

1.4.2. Justificación práctica

Las entidades públicas prestan servicios únicos desde siempre diseñados bajo el enfoque de la oferta, un cambio interesante que propone la política nacional de modernización pública es el cambio a un enfoque centrado en las necesidades de la ciudadanía.

Por lo tanto, es necesario definir las prioridades e intervenciones de las entidades a partir de las necesidades ciudadanas. La búsqueda de satisfacer las expectativas que se tienen del servicio público debe centrarse en la superación de problemas y el mejoramiento continuo en los procesos de gestión a fin de facilitar las acciones de los ciudadanos y de sus organizaciones. Este proceso requiere contar con un calificado recurso humano y soporte físico adecuado, para anticiparse a los problemas y resolver



situaciones difíciles, así como para proyectarse a un futuro posible y diseñar los caminos necesarios que permitan su mejora e integración con la sociedad.

Por lo cual en esta investigación se hizo un estudio de la percepción que tienen los usuarios de la calidad del servicio que provee la subdirección de licencias de conducir y de la satisfacción que genera en ellos y la relación entre ambas variables, a fin de establecer el impacto de las cadenas de valor de cada entidad en el ciudadano

Finalmente, basados en la bibliografía utilizada, se entiende que un proceso regular de sistematización y procesamiento de información sobre la atención a la ciudadanía, para evaluación y toma de decisiones, permitirá tener mayor claridad de los aspectos a reforzar; pudiendo de esta manera a parte de contribuir a la mejora institucional en sí y contribuir a cumplir los objetivos de las políticas públicas relacionadas a la justicia social y reducción de la corrupción gubernamental.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

O.G.: Determinar la relación de la calidad del servicio evaluada bajo los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada; con la satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.

1.5.2. Objetivos específicos

O.E.1.: Determinar el nivel de calidad del servicio evaluada bajo los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada; desde la perspectiva de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.

O.E.2.: Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.



O.E.3: Proponer lineamientos de mejora orientados a la calidad del servicio que permitan incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Antecedentes internacionales

Pareja (2018) en su investigación “Simplificando vidas: Calidad y satisfacción con los servicios públicos”, respaldado por el Banco Interamericano de Desarrollo, buscó medir la relación de ambas variables desde una perspectiva institucional y del ciudadano. La muestra incluyó 10 485 respuestas válidas, se condujo bajo un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transversal, cuya unidad de análisis fue un conjunto de trámites asociados al sector público en seis países de la región de Sudamérica y el Caribe, sus principales hallazgos fueron que (1) existe una insatisfacción con los servicios públicos transaccionales, cuyo promedio regional de satisfacción es de 4,9 en escala de 1 a 10, siendo inferior al punto de indiferencia 5,5 y muy inferior a los resultados de satisfacción en el contexto de los Estados Unidos resultando en 69 en escala del 0 a 100. (2) la correlación entre la satisfacción y cada una de las dimensiones de la calidad indica que el vínculo es más fuerte con el tiempo que tarda un ciudadano en hacer un trámite, la diligencia de los funcionarios, que implica una atención eficiente que evite demoras innecesarias; la imparcialidad que garantice un trato igualitario, sin favoritismos ni discriminaciones; la empatía ante circunstancias especiales de los usuarios y la profesionalidad, relacionada con el nivel de capacitación de los funcionarios (3) a nivel general se identificó un incremento en la confianza en los organismos prestadores de servicios, el caso específico de los trámites de licencias de conducir obtiene un promedio de 6.5, en una escala de 1 a 10, centrada en 5.5; el país donde más se confía en el organismo prestador del servicio conducente a la emisión de licencias de conducir, es Chile con 7.5, en escala de 1 a 10.



Lota (2014), para optar el grado de MBA en Dirección de Empresas, realizó la tesis “Satisfacción del cliente del servicio de Defensa del consumidor de la Municipalidad de Ensenada”, Ciudad de La Plata, Argentina. Con uno de los objetivos principales de evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de Defensa del consumidor de la Municipalidad de Ensenada con relación a 5 dimensiones: Elementos tangibles, Confiabilidad del servicio, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía correspondientes a la metodología SERVQUAL. La metodología usada fue exploratoria y cuantitativa. La muestra estuvo constituida por 250. Y en una de sus conclusiones establece que la importancia de las dimensiones para los usuarios coloca a capacidad de respuesta como la más relevante siguiendo seguridad en orden de prioridad, confiabilidad se ubica en un nivel de importancia medio y elementos tangibles y empatía son los menos importantes para los usuarios. Se destaca que la confiabilidad obtuvo la mejor ponderación en cuanto a la percepción de los usuarios. En cuanto a resultados de Expectativas y Percepciones globales, estos respectivamente son para los encuestados Bueno y Excelente con tendencia a Bueno para los usuarios, es decir que el servicio de la Secretaria de Defensa del consumidor en la Municipalidad de Ensenada tiene un grado de satisfacción algo Satisfactorio con tendencia a Bastante Satisfactorio.

Morillo (2009) en su artículo “Calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio libertador del estado Mérida en Venezuela”. Tiene como propósito demostrar la relación entre ambas variables, bajo un enfoque cuantitativo , con datos recolectados a partir de una muestra estratificada de 383 personas ,se usó un primer cuestionario para expectativas y el segundo cuestionario registró las percepciones, siguiendo el método SERVQUAL, se confirma partir del análisis estadístico inferencial con coeficiente Tau-b de Kendall (0.362), Tau-c de Kendall (0.450), Rho Spearman (0.403) y R de Pearson (0.401), la existencia de una asociación



positiva entre los niveles de satisfacción del usuario de dichos servicios y la calidad del servicio medida a través de la escala, concluyéndose también que la satisfacción depende del tipo de agencia que presenta el servicio, para este caso los usuarios de la banca comercial experimentan niveles superiores de satisfacción.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Guillermo (2018), para optar el grado de maestro en gestión pública, realizó la tesis “Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar Social y Participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018”. Teniendo como objetivo principal determinar cómo se relaciona la calidad de servicio percibido con la satisfacción del usuario y cómo las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta, el aseguramiento brindado por el personal, la empatía y los factores tangibles del servicio se relacionan con la satisfacción del usuario. De enfoque cuantitativo y alcance correlacional, de diseño transeccional, no experimental. La muestra estuvo constituida por 120 unidades de muestreo. Utilizando un cuestionario SERVPERF adaptado. En sus conclusiones establece que a nivel global la variable calidad del servicio se correlaciona directa y positivamente con la satisfacción del usuario de los servicios en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe durante el año 2018. Con coeficiente de correlación positivo de $r_s = 0,771$. El valor del coeficiente de correlación de $r_s = 0,603$ para la dimensión fiabilidad y la satisfacción del usuario, indica que se correlacionan directa y positivamente. La capacidad de respuesta del personal se correlaciona directa y positivamente con la satisfacción del usuario, con un coeficiente de correlación de $r_s = 0,724$. El aseguramiento brindado por el personal se correlaciona directa y positivamente con la satisfacción del usuario, con un coeficiente de correlación de $r_s = 0,733$. La empatía se correlaciona positiva y directamente con la satisfacción del usuario, con un



coeficiente de correlación de $r_s = 0,679$. Todos ellos con un nivel de significancia $p = 0,000$, $< 0,05$ y por lo tanto se considera que la correlación es buena. Los factores tangibles del servicio se correlacionan positiva y directamente con la satisfacción del usuario, con un nivel de significancia bilateral de $p = 0,000$, $< 0,05$. Y un coeficiente de correlación de $r_s = 0,509$, por lo tanto, la relación es bastante moderada.

Díaz (2018), para optar el grado de maestro en finanzas y negocios internacionales, realizó la tesis “Calidad en el servicio y la satisfacción de los usuarios de la caja municipal de Sullana S.A. del Distrito de Huacho, 2018”. Teniendo como objetivo principal determinar la relación que existe entre la Calidad en el servicio y la satisfacción de los usuarios de la Caja Municipal de Sullana S.A. del Distrito de Huacho, año 2018; y cómo los elementos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía se relacionan con el rendimiento percibido. El diseño de la investigación fue no experimental, transeccional descriptivo y correlacional. La muestra estuvo constituida por 375 usuarios. Utilizando un cuestionario SERVPERF. En sus conclusiones establece que existe una correlación positiva media de 0.503 entre la calidad en el servicio y la satisfacción de los usuarios de la Caja Municipal de Sullana S.A. del Distrito de Huacho, año 2018. Para las dimensiones las conclusiones indican que para todas las dimensiones del servicio existe una correlación positiva débil establecida por los coeficientes de Spearman como sigue, 0.269 entre los elementos tangibles y el rendimiento percibido de los usuarios 0.378 entre la confiabilidad y el rendimiento percibido 0.308 entre la capacidad de respuesta y el rendimiento percibido 0.376 entre la seguridad y el rendimiento percibido y finalmente 0.337 entre la empatía y el rendimiento percibido.

Yarlaque (2018) para optar el grado de maestra en gestión pública, realizó la tesis “Calidad de servicio y Satisfacción del usuario en la zona registral N° VI – sede



Pucallpa, 2018”. Teniendo como objetivo principal determinar la correlación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios; la metodología que utilizó fue no experimental, transaccional, descriptivo correlacional; la muestra incluyó 140 usuarios. Utilizó un cuestionario del tipo de medición del desempeño. En este estudio se concluye que: Existe relación directa positiva entre la calidad de servicio y satisfacción en la Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa con un valor $r = 0.527$ estimado por el coeficiente de correlación de Rho Spearman.

Melendez (2017) en su tesis “Calidad del servicio y valor percibido por el cliente del área de operaciones del Banco de Crédito del Perú agencia Huamachuco, año 2016”; la metodología que utilizó fue descriptiva y correlacional; la muestra la conformaron 88 clientes. El cuestionario es de medición del desempeño. Al final concluye que: Las variables calidad de servicio y valor percibido por el cliente se relacionan positiva y significativamente según la correlación de Pearson cuyo valor es de 0.9733, mientras el banco genera servicios de calidad a través de la fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía y tangibilidad, esto generara que el valor percibido por el cliente también sea mejor en tanto en los beneficios como en los costos que asume el cliente.

Caballero (2016) en su tesis “Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016”, investigación de tipo correlacional descriptiva, de diseño no experimental. Cuyo objetivo principal fue determinar la relación entre Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario, bajo un enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta tipo Likert, que evalúa el desempeño, dirigida a una muestra de 385 pobladores, Mediante el Rho de Spearman se determinó una $Sig=0.00$ y un $r=0,906$ con un nivel de confianza de 5% comprobando que existe relación directa y positiva entre las variables.



Bejarano (2016) en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016”. Investigación de tipo descriptiva no experimental, de corte transversal; bajo un enfoque cuantitativo y nivel correlacional. Aplicó una encuesta tipo Likert de evaluación del desempeño, Estableció como objetivo principal determinar la relación entre ambas variables. Para la variable calidad de servicio se usó un cuestionario a escala con las 5 dimensiones y para la segunda variable un cuestionario basado 5 dimensiones del modelo de Mejia Acosta, aplicado a 339 usuarios, Rho de Spearman ofrece los valores $\text{sig}=0,31$ y un $r= 0,117$ a nivel global estableciendo que existe una relación directa muy baja.

2.1.3. Antecedentes locales

Aroquipa (2018) en su tesis de pregrado “Calidad de atención y satisfacción de los clientes que acuden al banco de la nación agencia Ayaviri 2016”. De tipo descriptivo – correlacional, con una muestra que comprendió 380 clientes, utilizó un cuestionario de medida del desempeño para establecer el nivel de calidad (SERVPERF) y otro para establecer el nivel de satisfacción. La investigación que tuvo como objetivo principal determinar la relación de la calidad de atención y satisfacción de los clientes, concluye con relación a este, que se evidenció la relación que existe entre las variables de estudio, y esta es de 0.649% según lo determina el Rho de Spearman, lo que indica una relación positiva de nivel considerable, es decir, a mejor calidad de atención se tendrá también una mejor satisfacción de los clientes.

Huancollo (2018) en su tesis “Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017”. La investigación es de diseño no experimental transeccional correlacional causal. La muestra estuvo conformada por 374 usuarios. El cuestionario evalúa el desempeño según el modelo



SERVPERF. Su objetivo principal fue demostrar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios y con respecto a este concluye que: existe una influencia positiva media 0.654 del coeficiente rho Spearman muy significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios.

Según Peñaloza (2015) su estudio “Calidad de Servicio y Satisfacción de los clientes en el Banco de la Nación de Puno”. Estableció como su propósito principal comprobar la cuota de correspondencia entre la satisfacción de la clientela y la calidad del servicio proporcionado en la entidad bancaria durante el periodo correspondiente a abril-junio de 2015. La investigación es de características descriptiva correlacional, con esquemas transversales. El muestreo se efectuó en 32 trabajadores y 382 usuarios. Para la recopilación de información se implementó dos cuestionarios uno para medir la complacencia de los usuarios y otro para la medición de la excelencia del servicio. Se concluyó que los trabajadores de la organización ofrecen una calidad del servicio regular en referencia a las atenciones demandadas; puesto que los factores de seguimiento y delegación se efectúan de manera transitoria, por lo cual, la auditoria constante, el trabajo en equipo y la previsión se efectúan casi siempre. A su vez, el nivel de complacencia de los usuarios en cuanto a la atención percibida es moderada, confirmándose satisfacción con factores como la confianza, capacidad de respuesta, no obstante, se mostraron impasibles con la empatía y la seguridad.

Asimismo Chambi J.(2014), en su tesis de pregrado “Evaluación de la calidad de servicios y su incidencia en la satisfacción del cliente según el modelo SERVQUAL para el ministerio público de la ciudad de puno, periodo 2014”, concluye que la satisfacción del usuario está relacionado directamente con la calidad de servicio que brinda el Ministerio Público de la ciudad de Puno; el cual se ha corroborado con el resultado obtenido de la aplicación de la fórmula del coeficiente de **Pearson**, donde se



procesó los datos de los índices de satisfacción ideal con los índices de percepción real, obteniéndose **un coeficiente de 0.97**, que indica que existe un nivel alto de dependencia entre las variables evaluadas, a mayor calidad del servicio ofrecido, mayor será la satisfacción de los usuarios. Además, debemos de tener en cuenta que existen amplias brechas entre las dimensiones de evaluación las cuales deben ser reducidas implementando los lineamientos propuestos para mejorar el servicio otorgado a los usuarios.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Calidad

Las definiciones que existen respecto al concepto de calidad son múltiples. Desde luego se presenta la definición general, propuesta por la Real Academia Española, que define esta como una propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten bajo parámetros establecidos, juzgar su valor. Esta definición establece dos elementos importantes en su estudio: la referencia a características o propiedades y, su bondad para valorar algo a través de ella de acuerdo con ciertos criterios.

Deming (1989) indica que calidad es la respuesta a las necesidades de los usuarios en características medibles, como consecuencia un servicio o producto se crea para satisfacer necesidades, esto desde luego conducirá a una transacción monetaria. Bajo la premisa de que calidad es la conformidad de ciertas características, Crosby (1988) añade que estas características tienen que estar claramente establecidas para que no haya errores de ningún tipo, y que las mediciones deben ser tomadas con regularidad para determinar la conformidad de esas características; la no conformidad que se detecte es una ausencia de calidad. En último término se hace referencia a la definición de Imai (1998) para quien la calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se integran a fin de producir dichos productos o servicios; por lo cual se establece que la calidad pasa por todos los procesos de planificación y diseño, producción, venta y mantenimiento del producto o servicio.

2.2.2. El servicio

Se define como “actividades de localización y duración definida, realizados gracias a medios materiales y humanos, puestos a disposición de un cliente individual o colectivo según comportamientos y procedimientos que generan un valor y como



consecuencia, traen beneficios o satisfacciones a un cliente” (Maqueda, Llaguno, 1995, p.80).

Se le conceptualiza también como “el conjunto de acciones, procesos y ejecuciones que se desarrollan de forma independiente y que también complementan la estrategia empresarial” (Lovelock, 2011, p 45)

Adicionalmente se considera a los servicios como “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa” (Kotler, 2004, p. 656).

Es también presentada como un: “conjunto de actitudes que se materializan en comportamientos orientados a satisfacer al cliente en relación con sus intereses, expectativas, necesidades y anhelos; que originan una serie de procesos para satisfacerlas, realizando diferentes funciones que el cliente no desea o no puede hacer y que está dispuesto a pagar a quien lo reemplace” (Albretch, 1994, p 57).

Finalmente, Berry, lo define también como “un proceso, un conjunto de actividades encaminadas a atender y satisfacer al cliente; los productos son objetos, los servicios son realizaciones” (Berry, 2015, p.85).

2.2.2.1. Características de los servicios

Son intangibles

Esto significa que los servicios no se pueden ver, oír o palpar antes de haberlos recibido. En consecuencia, los clientes tratan de reducir la incertidumbre buscando “señales” de la idoneidad del servicio. Estas señales, que pueden ser el equipo utilizado, las personas comprometidas o las comunicaciones recibidas, estas les sirven para sacar conclusiones acerca de la idoneidad del servicio.



Son inseparables

El servicio no se puede separar de su proveedor, de su profesionalidad, apariencia y conducta; por lo tanto, todo se usará para juzgar la idoneidad del servicio.

Son variables

La calidad de los servicios puede variar, ya que es inseparable de las personas, y estas, no son infalibles, las consecuencias de la variabilidad en los servicios son múltiples.

En toda entrega del servicio los errores son posibles, por lo tanto, se pueden desarrollar procesos para intentar minimizar sus efectos. Sin embargo, aún con los mejores sistemas preventivos, los errores pueden ocurrir. Por consiguiente, el proveedor de servicios debe anticiparse a los errores y tomar medidas correctivas para mantener la confianza del cliente que experimenta el error.

Son perecederos

Esto significa que los servicios no pueden ser almacenados para un uso o venta posterior. Una de las características distintivas de los servicios es que el proveedor está vendiendo básicamente un desempeño el cual puede verse afectado por la fluctuación de la demanda. Cuando la demanda es estable, puede ser relativamente fácil tener un desempeño coherente, pero cuando fluctúa demasiado, es más difícil mantener la coherencia. (Selman,2017, cap. 4)

2.2.3. Calidad del servicio

En el proceso de búsqueda de información se recopilieron algunos de los estudios más significativos sobre la materia en cuestión. A pesar de que los sistemas de medición de calidad a utilizar para los servicios son distintos a los usados para los productos sí se dispone de unos métodos que permiten realizar un examen metódico de la situación de las organizaciones, de uno de sus sectores o de una de sus actividades, en materia de



calidad y, además, permiten aislar el efecto de la calidad del servicio sobre el nivel de satisfacción y vinculación del cliente del efecto debido a los demás componentes del servicio (gama de productos, precios, distribución, publicidad, promociones). (Lovelock, 2011)

Según Brogowicz, Delene y Lyth (1990), dos corrientes se distinguen cuando se aborda la de medición de la calidad de los servicios: la escuela nórdica y la escuela norteamericana.

En la escuela nórdica, con orígenes en el *Service Research Center* de la Universidad de Karlstad, que centraliza el concepto de calidad de servicio desde el punto de vista del producto. En ella destacan:

Lehtinen y Lehtinen (1982) quienes proponen la existencia de tres dimensiones: calidad física, que incluye los aspectos físicos del servicio; el segundo relacionado con la imagen de la empresa, la calidad corporativa, y el tercero que deriva de la interacción entre el personal de contacto de la empresa y sus clientes, así como de la interacción entre unos clientes con otros, que denominan calidad interactiva. Además, se hacen diferencias entre calidad asociada al proceso de prestación del servicio y calidad asociada con el resultado del servicio.

Grönroos (1988), quien plantea dos dimensiones, mediatizadas por la imagen corporativa: La calidad del proceso que es juzgada por el consumidor durante la prestación del servicio y comprende las calidades técnica y funcional. Por otro lado, la calidad de resultado que es calificada por el consumidor después de la prestación del servicio y es susceptible de influencias externas y ambientales.

La escuela norteamericana, liderada por el *Interstate Center for Services Marketing* de la Universidad Estatal de Arizona, se ha centrado en el estudio de la calidad de servicio desde la perspectiva de las expectativas y las percepciones de los clientes, destacan



Berry, Parasuraman y Zeithaml quienes desarrollaron su trabajo por fases. En primer lugar, definieron la calidad de servicio, y después crearon un modelo de medición, designado como *SERVQUAL* (*service quality*), el cual corregirían posteriormente. Desde la perspectiva de estos autores el principal indicador del nivel de calidad de un servicio es la evaluación del cliente en función de dos factores: experiencia y expectativas. En otras palabras, un cliente percibe un servicio como de alta calidad cuando su experiencia concreta con la organización iguala o supera sus expectativas iniciales. El desafío para la organización será eliminar todas las brechas existentes. (Duque,2005)

2.2.4. Modelos de medición de la calidad de los servicios

2.2.4.1. Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994), es el más extendido en el mundo de los servicios. La razón de su estudio fue organizar una escala de múltiples ítems, que pudiera usarse para medir la calidad de servicio. Por ello, una vez descrita la calidad de servicio como la divergencia entre expectativas y percepciones, identificaron diez dimensiones que constituían el dominio de este concepto. En el proceso de definición de estas dimensiones, primeramente, utilizaron 97 ítems (aproximadamente diez por dimensión), que fueron valorados por los clientes a través de expectativas y percepciones, mediante una escala de Likert que cubría desde “fuertemente en desacuerdo” (1) hasta “fuertemente de acuerdo” (7).Luego de una encuesta inicial a usuarios de cinco modalidades de servicio diferentes, procedieron a la mejora de la escala, reduciendo los ítems utilizados y las dimensiones propuestas a solo cinco. Esta versión del instrumento fue testeada por correo, lo cual permitió su condensación a 22 ítems, lo que permitió establecer su validez y fiabilidad. (Duque,2005)

Según Teas (1993) a base matemática de este modelo es como sigue:

$$SQ_i = P_i - E_i$$

Donde:

SQ_i = La medida SERVQUAL de la calidad general percibida por el individuo del estímulo i

P_i = Las percepciones del individuo sobre el desempeño del estímulo i con respecto al atributo único

E_i = La norma de expectativa de calidad del individuo para el atributo único – conceptualizado como un punto ideal factible

2.2.4.2. Modelo *SERVPERF* (*service performance*):

Este modelo fue desarrollado por Cronin y Taylor (1992), estos autores examinaron la idoneidad de medición de una escala más exacta que la anterior, con base exclusivamente en el desempeño, para ello excluyeron las expectativas del usuario y tomaron los ítems del modelo SERVQUAL, dicho instrumento fue denominado SERVPERF. En opinión de estos autores, la conceptualización de la escala SERVQUAL era desacertada, por su débil apoyo teórico. La literatura en marketing de servicios parecía ofrecer un importante apoyo a la preeminencia de las medidas de la calidad de servicio basadas en el desempeño. Adicionalmente, compararon concretamente la superioridad del modelo propuesto por ellos con respecto a otras alternativas. (Duque,2005)

2.2.4.3. Modelo SERVQUAL modificado:

Al igual que Cronin y Taylor, Teas (1993) realizó una serie de observaciones al modelo SERVQUAL centrándose básicamente en la interpretación de las expectativas y la función de estas, para posteriormente desarrollar y evaluar modelos alternativos. En

relación con el primer punto, este autor sugiere que el incremento de la diferencia P-E puede no reflejar necesariamente un incremento de los niveles de calidad percibida.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1994) admiten que el concepto de brechas entre las percepciones y expectativas puede resultar discutible para algunos tipos de atributos y bajo determinadas condiciones. Sin embargo, están de acuerdo con Teas (1993) en que la medición que utiliza el SERVQUAL es válida si se consideran atributos vectoriales, con puntos ideales infinitos, para los cuales las puntuaciones altas son siempre mejores. Como Teas (1993) lo sustenta ampliamente, la crítica surge cuando el atributo presenta un punto ideal clásico, es decir, el punto ideal del cliente es un nivel finito.

Consecuentemente, Teas (1993) plantea dos interpretaciones del estándar ideal:

- A través del modelo actitudinal clásico: que lo considera como el nivel de servicio (I) a partir del cual el cliente experimenta ineficacia. Éste no es el análisis de SERVQUAL; ya que si $P > E$ cuanto mayor sea P-E más alto será el nivel de calidad. En el caso que $I = E$, cuando P supere I, la calidad percibida por el cliente disminuirá.

- Punto ideal factible: este representa el nivel de servicio que el cliente considera como posible para la mejor empresa. Pero si se reúnen las condiciones adecuadas la organización puede exceder este estándar hasta un nivel marcado por el punto ideal clásico.

En este sentido, Teas propone el modelo SERVQUAL modificado, según el cual:

$$MQ = -1 [|P - I| - |E - I|].$$

Dado que E (punto ideal factible) no puede nunca superar a I (punto ideal clásico) y considerando que $P < I$, en cuyo caso la ecuación quedaría como $MQ = P - E$ siendo equivalente al modelo SERVQUAL. El problema surgiría cuando $P > I$, en cuyo caso la ecuación quedaría como:

$$SQ = (I - E) - (P - I).$$

2.2.4.4. Modelo de calidad normalizada NQ (*Normalized Quality*)

En sus observaciones Teas (1993) avanza un paso más y relaciona el concepto de calidad del modelo del desempeño evaluado con el concepto de expectativas revisadas (E^*) que establece la norma de excelencia en que se basa el modelo revisado de SERVQUAL.

De esta forma el nuevo modelo se define a partir de:

$$NQ_i = [Q_i - Q_e]$$

Donde:

NQ_i = Índice calidad normalizada para el objeto i

Q_i = La calidad percibida del objeto i , por el individuo

Q_e = La calidad percibida del objeto de norma de excelencia por el individuo

Si la norma de excelencia es igual al objeto ideal o perfecto, esto sugiere que Q_e será igual a 0 y, por lo tanto, la calidad normalizada sería igual a la calidad percibida. Y si el concepto de expectativas de *servqual* se reseña como la norma de excelencia, incorporando el concepto del punto ideal clásico, el modelo se expresaría así:

$$NQ_i = -1 \left[\sum_{j=1}^m W_j (|A_{ij} - I_j| - |A_{ej} - I_j|) \right]$$

Finalmente, si se asumen puntos clásicos ideales infinitos el modelo queda definido como:

$$NQ_i = \sum_{j=1}^m W_j (A_{ij} - A_{ej})$$



Dónde:

W_j = Importancia del atributo j como un determinante de la calidad percibida.

A_{ij} = La cantidad de atributo j que posee el objeto i percibido, por el individuo

A_{ej} = La cantidad percibida del atributo j que posee la norma de excelencia, por el individuo

2.2.4.5. Modelo SERVQUAL revisado

Tiempo después, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994) incluyeron las expectativas revisadas (E^*) a las que delimitaron como “la extensión de la valoración con la que los clientes creen que un atributo particular es indispensable para una empresa de servicios excelentes”. De este modo, al incluir esta ponderación de los atributos se definiría este modelo.

2.2.5. Servicios públicos

Según Reyna y Ventura (2013), “los servicios públicos son las actividades asumidas por órganos o entidades públicas o privadas, creados por la Constitución o las leyes, para dar satisfacción en forma regular y continua a cierta categoría de necesidades que son de interés general”(p.593).

En su definición mencionan también que desde un sentido orgánico, se nombra como servicio público a la dependencia administrativa dentro de la administración pública creada para satisfacer determinadas necesidades de interés colectivo o público.

Finalmente, indican que los servicios públicos se proveen a cambio de una contraprestación tarifaria, dentro de la oferta técnica de los operadores; y que el objetivo de estos es la “producción de bienes y servicios dirigidos a realizar fines sociales, no solo en términos económicos, sino también en terminos de promoción social, promoviendo de este modo el desarrollo económico y civil de un país”(reyna,2013,p 594).



Gordillo (2017), indica que “el servicio público presupone usualmente una organización de elementos y actividades para un fin, una ordenación de medios materiales y personales, esto es, una empresa en sentido económico” (p.400). Asimismo, establece la idea de que el servicio público “no es cada acción o prestación considerada en sí misma, sino en todo caso la actividad tomada como conjunto, consustanciada con la organización que efectúa tales acciones o prestaciones” (p.400).

2.2.5.1. Características de los servicios públicos

- a) Son actividades en las cuales no siempre hay competencia, y normalmente están sujetas a regulación gubernamental en pro de la protección del interés público.
- b) Algunos servicios públicos pueden funcionar de modo más eficaz como monopolios (como el agua y desagüe); sin embargo, esto hace que la contribución de los monopolios de servicios públicos al bienestar general sea en muchos casos compelida mediante regulaciones más que voluntarias.
- c) La regulación de estos servicios proviene del interés público por sus actividades, y se traduce principalmente en control de tarifas y servicios.
- d) Debe funcionar de manera permanente, es decir, de manera regular y continua, para que pueda satisfacer necesidades de las comunidades por sobre los intereses de quienes los prestan.
- e) A menudo hay conflicto entre el interés público y privado en lo que respecta a los servicios públicos. Esto se debe a la diferencia entre el objetivo principal entre las empresas privadas (maximizar sus utilidades) y el del interés público(servicio adecuado al precio más bajo posible)
- f) La prestación del servicio público no debe perseguir principalmente fines de lucro; se antepone el interés de la comunidad a los fines del beneficio



económico de personas, organismos o entidades públicas o privadas que los proporcionan.

Su prestación puede ser hecha tanto por un organismo público como por particulares, pero bajo la autorización, control, vigilancia, y fiscalización del Estado, con estricto apego al ordenamiento jurídico pertinente. (Reyna,2013,p.595)

2.2.6. Calidad de los servicios públicos

El Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD, 2008), señala que la calidad es: "...una cultura transformadora que impulsa a la Administración Pública a su mejora permanente para satisfacer cabalmente las necesidad y expectativas de la ciudadanía con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos".

Además, establece que la calidad debe medirse y estar en constante mejoría a fin de desarrollarse de manera holística e integradora.

La Secretaría de Gestión Pública (SGP, 2019) indica que la calidad de los servicios públicos "está vinculada con el grado de adecuación de los bienes y servicios a los fines o propósitos que las personas esperan obtener". Por lo tanto, la calidad de los servicios públicos se entiende como "la medida en que los bienes y servicios brindados por el Estado satisfacen las necesidades y expectativas a las personas". (p.6)

2.2.7. Satisfacción del usuario

A lo largo de los años, las definiciones de la satisfacción del cliente han sido numerosas y diferentes. Se han desarrollado definiciones operativas y también conceptuales, aunque todas ellas han contribuido a mejorar el entendimiento de la satisfacción. Para Giese y Cote, (2000), la falta de consenso en la conceptualización supone para los investigadores un grado de complejidad en el momento de seleccionar



una única definición, desarrollar medidas y finalmente comparar e interpretar los resultados alcanzados en una investigación.

La satisfacción del cliente ha sido definida por distintos autores y de muchas formas, para Gupta y Zeithaml, (2005), esencialmente se define como el juicio de valor del cliente respecto a un producto o servicio.

En el ámbito de los servicios, Sureshchandar (2002 como se citó en Quispe y Ayaviri, 2016) postula que la satisfacción del cliente con los servicios de la organización está basada en todos los encuentros que tiene el cliente con esa institución y puede ocurrir en múltiples niveles: satisfacción con la persona de contacto, con el servicio principal y con la organización como un todo.

2.2.8. Evaluación de la satisfacción del usuario

Estratégicamente, la capacidad de la organización para entender sus necesidades de mejora es medida por el nivel de satisfacción de los usuarios.

Por ello es por lo que se e han propuesto diversas técnicas destinadas a obtener una evaluación y cuantificación de la idoneidad percibida de los servicios y la satisfacción del consumidor. Las metodologías de evaluación de la satisfacción del consumidor no han seguido un criterio estandarizado y compartido por la mayoría de los investigadores, de hecho, como se vio en la sección de calidad del servicio los intentos por establecer instrumentos válidos y confiables han sido múltiples y han estado sujetos a una gran discusión a lo largo de los años.

Algunas de estas técnicas se fundamentan en la consideración de que “existen dimensiones como las expectativas sobre las cuales acuden los usuarios a la búsqueda del servicio” o “la valuación que se otorga a cada uno de los ítems que lo componen”, que influyen y moldean decisivamente la satisfacción de los sujetos con cada elemento del servicio. (Grönroos, 1988)



Los enfoques han sido diversos y se han propuesto desde evaluaciones globales a partir de un único indicador (satisfacción o insatisfacción) hasta escalas multi-ítem para evaluar la satisfacción general. La medida clásica “muy satisfecho- muy insatisfecho fue duramente criticada por Westbrook (1980, como se citó en Jacobucci, Grayson & Ostrom (1995) al considerar que la acusada asimetría negativa, que suele obtenerse en la evaluación de la satisfacción, no es el reflejo de la incapacidad de este ítem para detectar y precisar los distintos niveles existentes dentro del sentimiento de satisfacción.

“De este modo es preciso descartar las escalas uni-ítem a favor de las escalas multi-ítem en la evaluación de la satisfacción global del consumidor” (Westbrook y Oliver ,1981, como se citó en Maqueda, Llaguno, 1995, p 85)

En este sentido, además de la evaluación global de la satisfacción a partir de uno o varios ítems, algunos autores han propuesto escalas más complejas para evaluar distintos atributos constitutivos de un producto o servicio que seguían incluyendo opciones que iban desde “muy satisfecho a muy insatisfecho” Churchill y Suprenat, (1982, como se citó en Douglas y Bateson, 2002).

2.2.9 Satisfacción desde la perspectiva ciudadana

Si bien se mantiene la definición de que la satisfacción es el juicio de valor del cliente respecto a un producto o servicio; desde el punto de vista de las expectativas (Gupta y Zeithaml, 2005). Las políticas de modernización de los servicios públicos animan a considerar el contexto contemporáneo.

Los ciudadanos contemporáneos han crecido acostumbrados a disponer de productos y servicios planeados para satisfacer sus necesidades. En nuestros días los consumidores esperan una atención de alto nivel y un servicio al cliente de calidad. Pueden comprar online, conseguir productos que les serán entregados en su puerta al día



siguiente, encontrar tiendas abiertas durante las 24 horas, devolver aquellos productos con los cuales no están satisfechos, ver eventos o películas por pago, telefonar al servicio de atención al cliente a cualquier hora y esperar que se produzca un flujo constante de bienes y servicios nuevos, innovadores y atractivos para satisfacer sus variados deseos o necesidades. Así, según Van Ryzin y del Pino (2009), es inevitable que los ciudadanos piensen que merecen el mismo nivel de calidad, atención y servicio que reciben por parte del mercado moderno y consecuentemente incrementen sus expectativas sobre lo que las administraciones públicas pueden y deben proporcionarles.

El ciudadano promedio está hoy más informado y es más demandante. Cabe mencionar, que la sociedad en su conjunto es más compleja, en el caso peruano, ha comenzado ya a manifestarse una gran pluralidad cultural como consecuencia del impacto de la migración, lo que genera nuevas necesidades y expectativas con respecto a la acción pública. Así según Marvel (2016) los ciudadanos en la actualidad son más exigentes, en parte porque han tenido mayor acceso a la educación y han vivido una buena parte de sus vidas de manera activa en un sistema democrático en el que es posible exigir una mayor información del accionar público, participar en la formulación de las políticas, e incluso en la gestión de determinados servicios públicos.

Una vez que se visto más allá de la visión del ciudadano como administrado y se acepta el concepto ciudadano-cliente, las administraciones son conscientes de que el ciudadano contemporáneo ejerce más que nunca sus derechos y que por ende su relación con los servicios públicos también ha cambiado (Denhardt y Denhardt 2003).

No es lo mismo la relación de contribuyente que paga sus impuestos, o de beneficiario de una prestación social, o de un ciudadano sujeto a procedimientos de autorización, que la de un usuario de un servicio de trámite documentario, al que accede por voluntad propia o del que no tiene necesariamente dependencia vital; al financiar



con sus impuestos los servicios que recibe, un ciudadano espera que estos sean prestados de forma eficiente.

Cuando esta persona desee una licencia de conducir, esperará que todos los detalles recogidos en su nuevo documento sean correctos y que el trámite se haya podido resolver en el menor tiempo posible. Si esta persona se ve afectada por una grave enfermedad desea que no se escatimen recursos ni tiempo en su curación. Esta variable y compleja relación hace que, en ocasiones sea complicado reconocer las expectativas ciudadanas (Aberbach y Christensen 2005) y aún mucho más poder satisfacerlas.

2.2.10. Estudios de medición de satisfacción del ciudadano-usuario

En el pasado muchas organizaciones públicas prestaban poca atención a la calidad del servicio o carecían de sensibilidad hacia los clientes, en este caso los ciudadanos, pero esto ha venido cambiando con el movimiento denominado New Public Management (Saxena, 2005). El *NPM (New Public Management)*, propone que el sector público debe ser más eficiente, buscando resultados positivos en su accionar. Hasta hace poco, la administración pública sólo usaba indicadores como consumo de recursos o resultados. Sin embargo, la dificultad en contabilizar dichos resultados ha estimulado el uso de indicadores como el grado de satisfacción. (Bouckaert y Van de Walle, 2003).

La atención que se presta a los indicadores de satisfacción, y en general a los indicadores subjetivos, no es reciente. Al final de la década de los 70 y el principio de los 80 hubo un incremento en las encuestas de tipo social sobre el grado de satisfacción en relación con servicios locales. Desde principios de los 90 ha aumentado el interés por usar medidas de tipo social debido a los niveles de investigación desde las ciencias administrativas y al creciente interés por el enfoque hacia el cliente en el sector público, por lo que se estimuló el estudio de las encuestas de satisfacción (Bouckaert y Van de Walle, 2003).



Algunas investigaciones que buscan determinar el nivel de satisfacción de los ciudadanos con respecto a los servicios públicos se basan en variables demográficas, como la raza de los ciudadanos, la propiedad de vivienda, la edad, el sexo, o el nivel de ingresos (Dehoog, Lowery y Lyons, 1990). También el sentimiento de pertenencia a la comunidad puede afectar las evaluaciones de los servicios locales (DeHoog, Lowery y Lyons, 1990).

Por otro lado, se presupone una relación directa entre la calidad de un cierto servicio y la satisfacción del usuario, es decir, si aumenta la calidad se asume que aumenta también la satisfacción (Bouckaert y Van de Walle, 2003); las ciudades con más servicios y con servicios más eficientes serán percibidas más favorablemente por sus ciudadanos que aquellas con menos servicios y menos eficientes (DeHoog, Lowery y Lyons, 1990). Sin embargo, la relación entre calidad y satisfacción no siempre es directa, debido no sólo a las diferentes características de estos, sino también entre el proveedor y el usuario en su visión de la calidad y desde luego a los cambios en las expectativas acerca de los servicios (Bouckaert y Van de Walle, 2003).

Ante la dificultad de medir la satisfacción directamente se ha tratado de determinarla a través de la imagen o percepción que los ciudadanos tienen del sector público, como se ha hecho en otros estudios (Morgeson y Petrescu, 2011). Autores como Vigoda (2002) consideran que la opinión de los ciudadanos, receptores de los servicios, es un buen indicador de los resultados de las políticas públicas. Para conocer dicha opinión el NPM aplicada a municipios considera cuatro lineamientos básicos:

a) Atención al público comparada. El NPM llama a las organizaciones públicas a poner en primer lugar a los consumidores y a dirigir los servicios a la satisfacción de sus necesidades y preferencias (Aberbach y Christensen, 2005). La satisfacción de las necesidades y expectativas de los ciudadanos es la principal razón de ser del sector



público, debido a que su existencia material o financiera depende de los ciudadanos, pues son ellos quienes financian las acciones de la administración pública y para cuyo beneficio son creados los servicios públicos. (Haque, 1999). En los últimos años la utilización de tecnologías como internet ha permitido una atención más directa y rápida a los ciudadanos, con información más accesible, completa y con mejores canales de comunicación. Se comprende también que la comparación interinstitucional constante sobre la aplicación de mejores prácticas en la gestión pública puede orientar hacia políticas de mejora continua (Morgeson y Petrescu, 2011)

b) *Imagen en áreas concretas.* Es necesario identificar determinadas áreas a evaluar, para poder decir qué imagen o percepción existe de las mismas con fidelidad; si tomamos los servicios públicos como un todo se hace difícil hacer una valoración objetiva de los mismos por parte de los usuarios (Bouckaert y Van de Walle, 2003).

c) *Imagen de preparación y compromiso de los trabajadores.* La imagen típica y deslucida de una administración pública es aquella con una estructura organizativa compleja, muy jerárquica que sólo tiene formulados objetivos confusos (Christensen y Laegreid, 2002). De forma comparable, la imagen típica, y extendida, del trabajador de un servicio público es un burócrata centrado en hacer su trabajo sin compromiso por la mejora continua, la agilidad en la atención al público o reciclarse y mejorar su formación; pero todo esto está cambiando de forma dinámica en los últimos años.

d) *Imagen de eficiencia e innovación.* Eficiencia y perfeccionamiento son dos de las claves del NPM. La administración pública ha de tener resultados positivos, no despilfarrar, ser eficiente de este modo debería haber una progresión positiva en cómo los usuarios perciben la eficiencia de los servicios públicos. (Welch, Hinnant, Moon, 2004). Sin embargo, de forma constante se busca la eficiencia con la comparación con el sector privado (Teicher, Hughes y Dow, 2002), y habría que indicar que la gestión



pública no puede ser totalmente equiparable a la de la iniciativa privada. Del mismo modo, el hincapié excesivo en la eficiencia puede comprometer cuestiones de tipo público como la igualdad, la representación, el interés público, la dignidad humana o la justicia (Haque, 2001).

Finalmente, la innovación se ha visto promovida como una herramienta de mejora de los servicios públicos por parte de los gobiernos de todo el mundo. Las presiones financieras y los controles burocráticos, junto a las demandas de mejores servicios, hacen difícil y por otra parte necesaria a la innovación, el incluir la tecnología y enfoques nuevos se vislumbran como formas útiles de acercarse y dar respuesta a las demandas de los ciudadanos (Robertson y Ball, 2002).

2.2.10.1. La identificación de los impulsores de la satisfacción del ciudadano según el *Institute for Citizen-centered Service*

Como ya se ha explicado en el presente informe, la satisfacción de los ciudadanos con los servicios públicos depende de que, en cada acto de prestación de un servicio, su percepción iguale o supere sus mejores expectativas.

La teoría existente en esta materia nos permite saber que las expectativas ciudadanas en relación con los servicios se forman a partir de: las experiencias anteriores propias y ajenas de una previa interacción con el servicio. También constituye parte de estas expectativas, la imagen general que quienes consumen el servicio se han ido formando de la organización prestadora del servicio a partir de ciertos componentes como por ejemplo su política de comunicación o la apariencia del edificio, entre otros muchos. (Jansen & Olnes, 2016)

En cuanto a los servicios públicos se sabe que la percepción de su funcionamiento está influida por la visión que los ciudadanos tienen del accionar político y gubernamental y de sus experiencias en interacciones previas con administraciones



públicas, aunque la influencia de este prejuicio decrece cuanto más concreto es el servicio analizado (Van de Walle 2006).

Para conocer cuáles son las expectativas de los ciudadanos, de acuerdo con esta propuesta, podemos utilizar una variedad de técnicas de investigación,

- Grupos de discusión con los usuarios del servicio
- Análisis de las quejas y las sugerencias de las que disponga ya la organización
- Estudios de satisfacción de reclamantes
- Información proveniente de los prestadores del servicio en los puntos de acceso al servicio

- Análisis de fuentes documentales: diagnósticos en servicios similares, encuestas previas, etc. (Van de Walle 2006).

Algunas instituciones se han dado a la tarea de establecer cuáles de estos atributos son los más determinantes a la hora de configurar la satisfacción de los ciudadanos. Según el reporte de Northwest Territories Government (NWT,2014). El *Institute for Citizen-Centered Service* canadiense desarrolló la encuesta *citizens first*, logrando identificar empíricamente en 2003 los impulsores clave que explican dos tercios de la satisfacción en una amplia gama de servicios públicos, estos son:

1. Diseño del servicio
2. Cumplimiento de plazos de entrega
3. Interacción del personal
4. Resolución de problemas y
5. El canal de atención

Esta investigación se lleva periódicamente cada 2 años, tanto a nivel regional como nacional en el territorio canadiense, la métrica para este modelo de satisfacción del cliente es el índice de satisfacción del cliente (*CSI, client Satisfaction Index*), que es un



promedio de las calificaciones de los siguientes siete componentes que reflejan los diversos componentes personales y sociales de la satisfacción:

1. Recibir el servicio que quería era fácil. (Personal -Funcional)
2. Se sintió bien con la experiencia de servicio que tuvo. (Personal - Emocional)
3. El servicio es igual al mejor servicio ofrecido en cualquier otra institución.
(Social - Comparativo)
4. La experiencia de servicio superó sus expectativas. (Social- Reputación)
5. Hablaría positivamente a los demás sobre su experiencia de servicio. (Social- Reputación)
6. El servicio que experimentó aumentó su confianza en el servicio público.
(Impacto en la confianza)
7. En general, está satisfecho con el servicio que recibió. (Experiencia personal)

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Atención al cliente

Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes durante la adquisición de los servicios para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de los clientes.

2.3.2. Capacidad de respuesta

Se relaciona con la disposición, prontitud y puntualidad de los servidores para prestar el servicio.

2.3.3. Cliente

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u



organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

2.3.4. Constructo

Un constructo es una construcción teórica que se desarrolla para resolver un cierto problema científico.

2.3.5. Empatía

Es la cualidad de implicarse con el cliente, comprender sus necesidades e intentar ver la situación desde su punto de vista con el fin de entenderle mejor para ofrecerle una atención adecuada a su persona.

2.3.6. Expectativas

Comprende las creencias sobre la entrega del servicio las que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa. Es lo que espera el cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio e interacciones previas con el servicio.

2.3.7. Percepción

La percepción del cliente son valoraciones subjetivas que este se forma luego de experimentar los servicios o productos, son el resultado de confrontar las expectativas versus la realidad experimentada.

2.3.8. Satisfacción del usuario.

Satisfacer al usuario es el cumplimiento de las expectativas que tiene un usuario acerca del servicio que se le ha ofrecido. indica que es el grado en que el servicio cumple o supera sus expectativas hacia dicho servicio. Señala que satisfacer al usuario es la forma eficiente en que la organización cubre con la necesidad del usuario.



2.3.9. Seguridad

Está determinado por la inexistencia de riesgos de cualquier índole o dudas que puedan tener los usuarios del servicio al hacer uso del servicio.



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

Geográficamente el área de estudio, esto es la Subdirección de Licencias de Conducir se ubica a los 15°50'32.7" latitud Sur y 70°01'37.7" longitud oeste; políticamente se encuentra ubicado en el distrito de Puno, Provincia de Puno, Región Puno.

3.1.1. Ubicación orgánica del estudio

Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno

Visión

La Dirección Regional de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción Puno, tiene como visión que la región Puno sea un espacio geográfico económico integrado regional, nacional e internacionalmente con eficientes servicios de infraestructura vial para el transporte vial, lacustre, comunicaciones y óptima promoción de la vivienda de convocatoria a subasta pública.

Misión

La Dirección Regional de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción, tiene como Misión la prestación de servicios básicos en asuntos de Infraestructura vial y la Promoción del desarrollo sostenible de los servicios de telecomunicaciones y el acceso universal a los mismos y la administración de los servicios de transportes terrestre, lacustre de pasajeros y de carga que se ofrecen a través de las empresas concesionarias y la promoción de la vivienda para los sectores de menores recursos económicos, a través de una gestión eficiente y transparente, así como promover la inversión y ejecutar proyectos estratégicos de manera concertada.

3.1.2. Subdirección de Licencias de Conducir de Puno

Como podemos ver en la Figura 1, la Subdirección de Licencias de Conducir de Puno depende de la Dirección de Circulación Terrestre. En esta subdirección se proveen servicios al usuario, conducentes a la emisión de licencias de conducir en sus cuatro modalidades principales: obtención, revalidación, recategorización y duplicado.

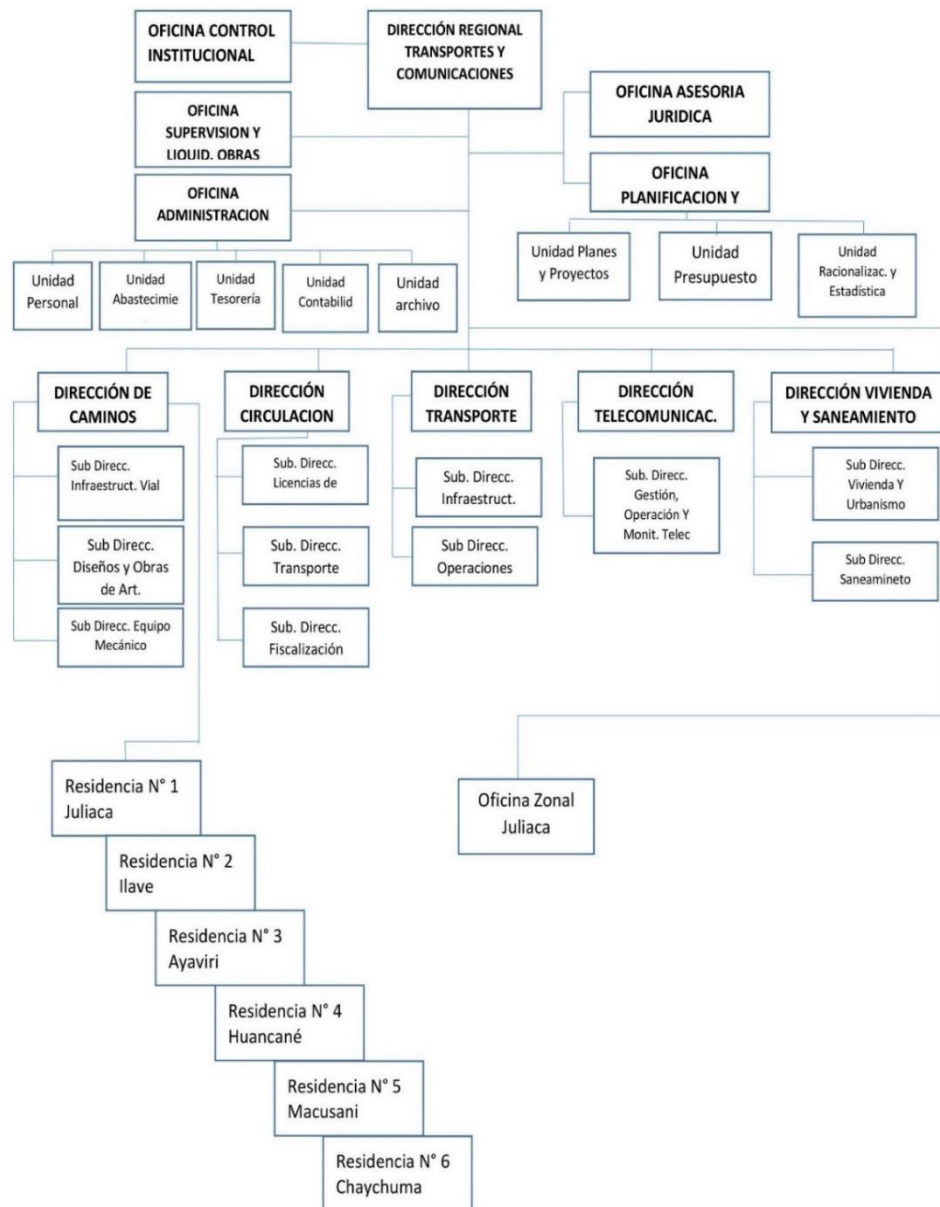


Figura 1: Organigrama de dirección regional de transportes y comunicaciones Puno

Nota. Adaptado de *Organigrama de Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Puno*.

3.2. PERÍODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO

La presente investigación fue desarrollada en dos etapas, primera relacionada a la elaboración del Proyecto de Tesis en donde se definieron: la problemática, la construcción de variables, los objetivos, la selección de los métodos de investigación, la población, la muestra, etc. La aprobación del Proyecto de Tesis se fecha el 26 de diciembre de 2018.

La segunda etapa correspondiente a la elaboración del borrador de tesis incluye la ejecución del instrumento, el cual inicia en abril de 2019 y se extiende hasta setiembre de 2019, el procesamiento de datos, análisis de resultados, las discusiones, las conclusiones y las recomendaciones hasta la presentación del borrador de tesis comprendieron los meses de noviembre de 2019 a diciembre del 2020.

3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO

Información respecto al servicio y procedimientos de la subdirección de licencias de conducir de Puno fueron facilitados por la Dirección de Circulación Terrestre; el material bibliográfico utilizado: libros, tesis, artículos científicos y libros web; en su mayoría tienen procedencia online, algunos son de fuentes bibliográficas físicas.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.4.1 Población.

La población puede ser según su tamaño de dos tipos según Castro (2003):

Población finita, cuando el número de elementos que la forman es finito, por ejemplo, el número de alumnos de un centro de enseñanza, o grupo clase.

Población infinita, cuando el número de elementos que la forman es infinito, o tan grande que pudiesen considerarse infinitos. Como por ejemplo si se realizase un estudio sobre los productos que hay en el mercado. Hay tantos y de tantas calidades que esta población podría considerarse infinita. (p.75).



Siguiendo esta definición en el presente trabajo de investigación al no poder saber con exactitud la cantidad de usuarios que acudirán a tramitar sus licencias de conducir en el 2019, se ha considerado la población como infinita.

3.4.1.1. Criterio de exclusión:

Usuarios sin experiencia previa del servicio, es decir no se incluyó a los usuarios que tramitan licencias nuevas, por ser la primera vez que entran en contacto con el servicio y sus procedimientos.

3.4.2. Muestra.

3.4.2.1. Muestreo probabilístico:

Los métodos de muestreo probabilísticos según Hernández, Fernández & Baptista (2014) son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño n tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída.

Para la presente investigación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

Z = desviación estándar (para un intervalo de confianza de 95 es 1.96)

p = proporción de éxito

q = proporción de fracaso ($1-p$)

e = margen de error que se está dispuesto a aceptar a un nivel de 5% de confianza.

El tamaño de muestra para usuarios del área de atención al ciudadano de la subdirección de licencias de conducir.

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

$$n = 384.16 \quad n = 385$$

3.4.2.2. Muestreo aleatorio simple:

Dependiendo de la categoría de las licencias de conducir el tiempo de renovación varía desde 10 años para las licencias AI hasta 3 años para la A III C profesional, y para poder recategorizar entre ellas como mínimo deben transcurrir entre 2 a 3 años de posesión de la licencia en la categoría inferior.

Por ello es posible elegir sujetos de estudio, entre los usuarios que se presentan a hacer su trámite los días seleccionados, así hasta tener la respuesta de tantos sujetos diferentes como fue necesario para completar el tamaño de muestra requerido.

3.5. DISEÑO ESTADÍSTICO

Los datos cuantitativos consisten en números que representan conteos o mediciones; los datos están en el nivel de medición ordinal si pueden colocarse en cierto orden, pero las diferencias entre los valores de los datos carecen de significado. Los datos discretos resultan cuando los valores de los datos son cuantitativos y el número de valores es finito. (Triola,2018)

3.5.1. Estadísticos descriptivos

Para alcanzar los objetivos 1 y 2 de esta investigación se utilizó la estadística descriptiva para resumir los puntajes obtenidos en tres niveles. De igual manera mediante el uso de las medidas de tendencia central, se confirma el nivel en el que la opinión de los usuarios se ubicó con prevalencia. Teniendo en cuenta que la media y la moda son afectadas por los valores extremos, el análisis se apoya con mayor fuerza en la mediana de los datos.



3.5.1.1. Medidas de tendencia central

La media aritmética, llamada también promedio, es la sumatoria de todos los valores de los datos dividida entre la cantidad de datos.

La Mediana es la segunda medida de tendencia central, en ocasiones se le llama media posicional, porque queda exactamente en la mitad de un grupo de datos, luego de que los datos se han colocado de forma ordenada; en este caso la mitad (50%) de los datos estará por encima de la mediana y la otra mitad (50%) estará por debajo de ella.

La Moda es el dato que ocurre con mayor frecuencia, por lo tanto, un grupo de datos puede no tener moda, ser unimodal, bimodal o multimodal.

3.5.1.2. Medidas de dispersión

La dispersión es la variación que se observa entre los valores del conjunto de datos, una baja dispersión indica valores con poca variación, y una alta dispersión indica grandes variaciones entre los valores.

La varianza es una medida de dispersión relativa a la media aritmética de la distribución; es decir que tan cerca, o que tan lejos están los diferentes valores de su media aritmética.

La desviación estándar es una medida de la cantidad típica en la que los valores del conjunto de datos difieren de la media.

El coeficiente de variación de Pearson, las medidas de tendencia central tienen como objetivo el sintetizar los datos en un valor representativo, las medidas de dispersión nos dicen hasta qué punto estas medidas son representativas como síntesis de la información. Las medidas de dispersión cuantifican la variabilidad de los valores de la distribución respecto al valor central.

3.5.1.3. Análisis de fiabilidad

Como se muestra en la Tabla 1, la fiabilidad se comprobó mediante la medición del Alpha de Cronbach para los 4 instrumentos y el índice de satisfacción del cliente. En ella observamos que los valores para todos los casos superan el 0.90 lo cual nos permite considerar que la relación de los ítems de los instrumentos es elevada.

Tabla 1

Medidas de Alpha de Cronbach

Instrumento	Alpha de Cronbach	N de elementos
SERVPERF	0.9595	385
SERVQUAL	0.9657	385
NQ	0.9260	385
Citizens first	0.9470	385
CSI	0.9251	385

Fuente: Base de datos

3.5.1.4. Validez

La validez teórica del instrumento basado en las cinco dimensiones y 22 ítems SERVQUAL es respaldado por Cronin y Taylor (1992) quienes en su análisis empírico reconocen la eficacia de la conceptualización de la calidad del servicio basada en sus cinco componentes; y Teas (1993) quien concluye que los resultados de las pruebas de validez de criterio y de constructo indican que, cuando se comparan las estructuras de SERVQUAL P-E y calidad normalizada, el desempeño evaluado de la estructura (EP) se caracteriza por una mayor validez concurrente y de constructo.

3.5.2. Estadísticos inferenciales

La estadística inferencial es sumamente útil en el análisis de poblaciones y tendencias, para hacerse una idea posible de las acciones y reacciones de esta de cara a condiciones específicas.

La estadística inferencial emplea usualmente mecanismos, tales como pruebas de estimación puntual, pruebas de hipótesis, pruebas paramétricas y no paramétricas;



también le son útiles los análisis de correlación y de regresión, las series cronológicas, el análisis de varianza, entre otros.

3.5.2.1. Distribución de probabilidad normal

La distribución normal queda totalmente definida mediante dos parámetros: la media (μ) y la desviación estándar o desviación típica (σ).

3.5.3. Estadísticos correlacionales

3.5.3.1. Diagrama de dispersión

Es una gráfica que describe la relación entre las dos variables de interés.

3.5.3.2. Coeficiente de correlación

Representado por (r) es una medida de la intensidad de la relación entre dos variables. Requiere datos con escala de intervalo o de razón, y puede tomar valores entre -1.00 y 1.00.

3.5.3.3. Coeficiente de correlación de Spearman

Es una medida no paramétrica de la correlación de rango; mide la fuerza y la dirección de la asociación entre dos variables clasificadas.

Se establece que existe una correlación entre dos variables cuando los valores de una variable están de alguna manera asociados con los valores de la otra. El valor calculado del coeficiente de correlación lineal está siempre entre -1 y 1.

3.6. DISEÑO METODOLÓGICO

3.6.1. Enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación, según Hernández, Fernández & Baptista (2014) está enmarcado dentro del paradigma cuantitativo, debido a que se buscó cuantificar y medir diversos aspectos asociados al problema de investigación. Esto se ve reflejado en la medición del nivel de calidad del servicio mediante una valoración

numérica de las percepciones; asimismo al establecer la relación entre el nivel de calidad y el nivel de satisfacción del usuario.

3.6.2. Diseño de la Investigación

Para la presente investigación se consideró un **estudio de diseño no experimental**, Monje (2011) nos explica que este tipo de investigación es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. En nuestro caso, las dimensiones de la calidad ya han sido establecidas, por los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada, y la inferencia de su relación con la satisfacción del usuario se describió tal y como se manifestó durante el análisis estadístico.

Dentro del diseño no experimental, se adoptó el **diseño de investigación transeccional o transversal**, que como lo describe Cauas (2015) es el que recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único, en este caso representado por nuestra encuesta y su aplicación en el 2019.

3.6.3. Tipo de investigación

Considerando los objetivos planteados se ha definido que la investigación es de **tipo relacional y descriptivo**, puesto que se describieron cualidades de las dimensiones de la calidad según diferentes modelos de medición, así como su relación con la satisfacción del cliente.

Tipo descriptivo porque como lo afirman Hernández, Fernández & Baptista (2014), este método tiene como objetivo la descripción de situaciones y eventos (que es, como es y cómo se manifiesta este fenómeno). Los estudios descriptivos a su vez buscan propiedades, características y rasgos importantes de los diferentes fenómenos que se estén analizando, en otras palabras, busca medir y recoger información sobre los conceptos a los que se refieren. Esto nos permite comprender la descripción y análisis



de la naturaleza actual del servicio prestado por la subdirección de licencias de conducir en el 2019 y de la satisfacción que genera en sus usuarios.

Tipo relacional, Hueso (2012) nos indica que describe relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, en términos relacionales; fue el utilizado en esta investigación a fin de determinar las dimensiones de la calidad del servicio que se relacionan positivamente con el nivel de satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir.

3.6.4. Técnicas de investigación

La encuesta fue la principal técnica utilizada en la presente investigación y se utilizó como instrumento, el cuestionario diseñado en base a los 22 ítems del modelo SERVQUAL y otros aspectos necesarios para la aplicación de las escalas de medida de la calidad del servicio. De esta forma, la encuesta se estructuró en dos partes. La primera incluye la valoración que hacen los usuarios del servicio con respecto a cada uno de los veintidós aspectos que definen el mismo. La segunda parte recoge una valoración global del nivel de satisfacción que genera el servicio proveído, evidenciado en el índice de satisfacción del usuario.

3.6.5. Instrumento para la recolección de datos

El cuestionario es el instrumento más utilizado para recolectar datos. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. El cuestionario utilizado para recolectar las percepciones sobre la calidad del servicio tuvo su base en el cuestionario de 22 ítems de SERVQUAL.



3.7. VARIABLES

Variable 1: calidad de servicio, puntaje obtenido del juicio global, o actitud, relacionada con la correspondencia entre el desempeño y las expectativas sobre el servicio (Duque,2005)

Variable2: satisfacción del usuario, puntaje obtenido por el juicio de valor del cliente respecto a un servicio, en base de las expectativas. (Gupta y Zeithaml,2005)

Tabla 2

Operacionalización de variables

N.	Variable	Tipo de variable	Operacionalización	Dimensiones	Indicador	Índice	Escala	Valor
1	X: Calidad de servicio	Cuantitativa	Puntaje obtenido del juicio global, o actitud, relacionada con la correspondencia entre el desempeño y las expectativas sobre el servicio (Duque,2005)	Tangibilidad Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	Percepción del nivel de tangibilidad Percepción del nivel de fiabilidad Percepción del nivel de capacidad de respuesta Percepción del nivel de seguridad Percepción del nivel de empatía	4 Índices según cuestionario 5 Índices según cuestionario 4 Índices según cuestionario 4 Índices según cuestionario 5 Índices según cuestionario	Muy en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Muy de acuerdo	1 a 5 1 a 5 1 a 5 1 a 5 1 a 5
2	Y: Satisfacción del usuario	Cuantitativa	Puntaje obtenido por el juicio de valor del cliente respecto a un servicio, en base de las expectativas. (Gupta y Zeithaml,2005)	Emocional Funcional Reputación Comparativa Confianza	Nivel de satisfacción con respecto a la parte emocional Nivel de satisfacción con respecto a la parte funcional Nivel de satisfacción con respecto a la reputación Nivel de satisfacción con respecto a la comparativa Nivel de satisfacción con respecto a la confianza	2 índices según cuestionario 2 índices según cuestionario 1 índice según cuestionario 1 índice según cuestionario 1 índice según cuestionario	Muy en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Muy de acuerdo	1 a 5 1 a 5 1 a 5 1 a 5 1 a 5

Fuente: Elaboración propia

3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para el análisis de los resultados se utilizaron el soporte de los programas, Excel, SPSS y Stata para diferentes etapas del tratamiento de datos, el análisis de los objetivos específicos 1 y 2 de este estudio se realizaron usando el análisis descriptivo; con respecto al objetivo general se realizó el análisis correlacional.

3.8.1. Análisis descriptivo

Las escalas de Likert de 5 categorías utilizadas tanto para medir el nivel de calidad como la satisfacción del usuario, nos permitieron obtener los puntajes del juicio de valor hecho por los usuarios y para facilitar su análisis, estos se ubicaron en tres niveles.

Para cumplir con el primer objetivo específico se analizaron los datos obtenidos bajo las perspectivas de los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada a fin de establecer los valores del nivel de calidad percibida en las diferentes dimensiones de la calidad del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir en el 2019, si bien la información se recopiló bajo una escala de Likert de 5 categorías : muy en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y muy de acuerdo; cuya valoración numérica va de 1 a 5; siendo las más cercanas a 1 desfavorables y las más cercana a 5 favorables; a fin de poder cuantificar los puntajes de cada ítem. La presentación de las sumatorias por dimensión se organiza en 3 frecuencias que se corresponden con los niveles alto, medio y bajo de percepción a fin de facilitar el análisis de resultados.

Para cumplir con el segundo objetivo específico, se analizaron los datos obtenidos bajo los impulsores y el índice de satisfacción del ciudadano, con respecto al servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir, que como en el caso anterior se utilizó una escala de Likert de 5 categorías, a fin de cuantificar los puntajes



de cada impulsor y del Índice de Satisfacción del Cliente y se hizo el ajuste a 3 frecuencias que de igual modo se corresponden con los niveles insatisfecho, satisfecho y muy satisfecho de acuerdo a la percepción del nivel de satisfacción.

3.8.1.1. Análisis del promedio y representatividad

Los objetivos específicos 1y 2 buscan determinar un nivel promedio representativo, por ello es necesario hallar la Mediana, la Desviación Estándar y el Coeficiente de variación a fin de corroborar la información porcentual que se tiene. La mediana inicialmente halla el puntaje promedio (este puede referir un nivel medio, alto o bajo) que represente a todos los puntajes de las percepciones, pero para la validez de esta representatividad requiere de las medidas de dispersión.

3.8.2. Análisis correlacional

El objetivo general se evidencia mediante el uso de un coeficiente de correlación, según su resultado se indica si existe una relación positiva entre la calidad y la satisfacción del usuario. Para poder establecer esta relación adecuadamente, primero hay que determinar si la distribución de los datos de la muestra es paramétrica o no paramétrica, en base a ese resultado se elegirá el coeficiente estadístico más adecuado.

3.8.2.1. Análisis de normalidad

Para determinar la relación de las variables de estudio, primero se determinó la normalidad de estas, mediante la prueba de Kolmogorov- Smirnov. El resultado que nos sirve de análisis es el valor de p (significancia) si el valor resulta menor a 0.05, la distribución se considera no paramétrica; si el valor supera 0.05 la distribución es paramétrica. Los resultados en la Tabla 3, indican que estas variables no se encuentran normalmente distribuidas, puesto que el valor de la Sig. Asintótica (bilateral) es menor a 0.05 para todos los casos.

Tabla 3

Prueba de Kolmogorov- Smirnov

		SERVPERF	SERVQUAL	NQ	CSI
N		385	385	385	385
Parámetros normales ^{a,b}	Media	59,32	-19,45	-9,09	2,85
	Desviación estándar	19,25	25,73	12,18	,944
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,073	,066	,070	,083
	Positivo	,073	,049	,046	,048
	Negativo	-,026	-,066	-,070	-,083
Estadístico de prueba		,073	,066	,070	,083
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

Fuente: Base de datos

3.8.2.2. Análisis del coeficiente de correlación

Existe una correlación entre dos variables cuando los valores de una variable están de alguna manera asociados con los valores de la otra. El valor calculado del coeficiente de correlación lineal está siempre entre -1 y 1; y como lo muestra la Tabla 4 cada valor entre estos números significara un tipo de relación entre las variables.

Tabla 4

Interpretación de los niveles de correlación

Coefficiente	Nivel de correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
0.10	Correlación positiva muy débil
0.25	Correlación positiva débil
0.50	Correlación positiva media
0.75	Correlación positiva considerable
0.90	Correlación positiva muy fuerte
1.00	Correlación positiva perfecta

Nota. Adaptado de Estadística (p.305), por ,2014, McGraw- Hill,



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. RESULTADOS

Los resultados se exponen en 5 partes:

En la primera y segunda parte se presentan los resultados relacionados a los objetivos específicos 1y 2; por medio de tablas se describen las características de la calidad del servicio para cada metodología utilizada (SERVPERF, SERVQUAL y calidad normalizada) y la satisfacción; así como los niveles en cada nivel de percepción (insatisfecho, satisfecho y muy satisfecho).

Para efectos de una fácil comprensión dicha exposición se organiza de la siguiente manera:

- **Calidad del servicio (SERVQUAL, SERVPERF, y calidad normalizada),**

Tangibilidad (SERVQUAL, SERVPERF, y calidad normalizada),

Fiabilidad (SERVQUAL, SERVPERF, y calidad normalizada),

Capacidad de respuesta (SERVQUAL, SERVPERF, y calidad normalizada),

Seguridad (SERVQUAL, SERVPERF, y calidad normalizada) y

Empatía (SERVQUAL, SERVPERF, y calidad normalizada)

- **Satisfacción**

Índice de Satisfacción del Cliente (CSI)

Diseño del servicio

Cumplimiento de plazos de entrega

Interacción del personal

Resolución de problemas



La tercera parte se identifica la dimensión de la calidad del servicio de menor puntuación según la percepción del usuario; a fin de poder sugerir lineamientos de mejora orientadas a la a calidad de esa dimensión.

En la cuarta parte se indica el grado de relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción (CSI, Client Satisfaction Index); por medio de tablas y gráficos de dispersión se realiza el análisis relacional que se estructura de la siguiente manera:

Calidad del servicio (SERVPERF) y satisfacción (CSI)

Calidad del servicio (SERVQUAL) y satisfacción (CSI)

Calidad del servicio (calidad normalizada) y satisfacción (CSI)

En la quinta parte se hace la contrastación de hipótesis, a fin de corroborarlas a partir de los resultados obtenidos.

4.1.1. Resultados del objetivo específico 1

Antes de iniciar con el análisis detallado, se recuerda que existe una variación en la cantidad y porcentaje entre cada modelo debido a que el SERVPERF toma directamente las valoraciones del desempeño del servicio según la percepción de los usuarios.

El modelo SERVQUAL toma en cuenta además de las percepciones del desempeño, la valoración de las expectativas de los usuarios, por lo que las valoraciones finales pueden sufrir modificaciones importantes debido al hecho de los usuarios pueden tener expectativas altas por ciertos ítems y que a su juicio el desempeño de estos no alcanza a satisfacer esa expectativa. Puede ocurrir también que para otros ítems la expectativa que se tiene de ellos sea baja y que al compararlo con el desempeño percibido la valoración final sea mayor.

Finalmente, la metodología de calidad normalizada, que, si bien utiliza como base la valoración bajo el modelo SERVQUAL, limita a 10 los ítems evaluados lo que causa se note una ligera variación al compararse con esta.

4.1.1.1. Resultados de la variable calidad del servicio

La Tabla 5, sobre el nivel de calidad del servicio indica que para el modelo SERVPERF la valoración de 149 usuarios (38.7%), del nivel de calidad del servicio es **bajo**, para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía ubicándose en esta categoría la valoración de 105 usuarios. (27.3%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 107 usuarios (27.8%). Esto indica que estos usuarios consideran que las instalaciones físicas no son adecuadas, que la entrega del servicio no se realiza de manera adecuada, que la capacidad de respuesta es deficiente, que no confían en que el servicio sea entregado adecuadamente y que la subdirección de licencias de conducir no se preocupa lo suficiente por sus intereses y necesidades.

Tabla 5

Niveles de la calidad del servicio

NIVEL	SERVPERF		SERVQUAL			NQ			
	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi
Bajo	[22,52)	149	38.7	[-88,-34)	105	27.3	[-40,-16)	107	27.8
Medio	[52,82)	185	48.1	[-34,20)	260	67.5	[-16,8)	253	65.7
Alto	[82,112]	51	13.2	[20,74]	20	5.2	[8,32]	25	6.5
TOTAL		385	100		385	100		385	100

Fuente: Base de datos

Asimismo, la tabla 2 señala que la valoración del nivel de calidad del servicio como **medio** o regular para el modelo SERVPERF asciende a la valoración de 185 usuarios (48.1%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 260 usuarios. (67.5 %) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 253 usuarios (65.7%). Esto señala que los usuarios que hicieron estas valoraciones consideran que las instalaciones físicas tienen apariencia adecuada, que la entrega del servicio tiene un



desempeño regular, que la capacidad de respuesta es eficiente, confían en que el servicio es entregado adecuadamente y que la subdirección de licencias de conducir se preocupa lo suficiente por sus intereses y necesidades.

Finalmente, la valoración del nivel de calidad del servicio como **alto** para el modelo SERVPERF es dada por la valoración de 51 usuarios (13.2 %), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 20 usuarios. (5.2 %) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 25 usuarios (6.5 %) en este nivel. Al ubicar las valoraciones en este nivel, esto indica que estos usuarios consideran que las instalaciones físicas tienen una apariencia muy adecuada, que la entrega del servicio tiene un desempeño sobresaliente, que la capacidad de respuesta del personal es muy eficiente, tienen plena confianza en que el servicio es entregado más que adecuadamente y que la subdirección de licencias de conducir se preocupa por sus intereses y busca satisfacer sus necesidades de servicio de la mejor manera posible.

4.1.1.2. Calidad del servicio en su dimensión tangibilidad

Con respecto a la dimensión tangibilidad, la Tabla 6, indica que para el modelo SERVPERF la valoración de 137 usuarios (35.6%), del nivel de calidad de la dimensión tangibilidad es **bajo**, para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía ubicándose en esta categoría la valoración de 84 usuarios. (21.8%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 95 usuarios (24.7%). Esto indica que estos usuarios consideran que el aspecto del equipo informático no es moderno, que la apariencia de las instalaciones físicas, la presentación del personal y la apariencia de los materiales de las oficinas de trámite no son adecuados.

Tabla 6

Niveles de la dimensión tangibilidad

NIVEL	SERVPERF			SERVQUAL			NQ		
	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi
Bajo	[4,10)	137	35.6	[-16,-6)	84	21.8	[-8,-3)	95	24.7
Medio	[10,16)	199	51.7	[-6,4)	277	71.9	[-3,2)	272	70.6
Alto	[16,22]	49	12.7	[4,14]	24	6.2	[2,7]	18	4.7
TOTAL		385	100		385	100		385	100

Fuente: Base de datos

Se observa también que la valoración del nivel de calidad del servicio de la dimensión tangibilidad como **medio** o regular, para el modelo SERVPERF asciende a la valoración de 199 usuarios (51.7%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 277 usuarios. (71.9%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 272 usuarios (70.6 %). Esto señala que los usuarios que hicieron estas valoraciones consideran que el aspecto del equipo informático es suficientemente moderno, que la apariencia de las instalaciones físicas, la presentación del personal y la apariencia de los materiales de las oficinas de trámite son adecuadas.

Finalmente, las valoraciones correspondientes al nivel **alto**, para el modelo SERVPERF es representada por 49 usuarios (12.7 %), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 24 usuarios. (6.2 %) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 18 usuarios (4.7 %) en este nivel. Al ubicar las valoraciones en este nivel, esto indica que estos usuarios consideran que el aspecto del equipo informático es muy moderno, que la apariencia de las instalaciones físicas, la presentación del personal y la apariencia de los materiales de las oficinas de trámite son muy buenas.

4.1.1.3. Calidad del servicio en su dimensión fiabilidad

La Tabla 7, sobre el nivel de calidad en la dimensión fiabilidad, indica que para el modelo SERVPERF la valoración de 145 usuarios (37.7%), del nivel de calidad del servicio se corresponde con el nivel **bajo**, para el modelo SERVQUAL esta cantidad

varía ubicándose en esta categoría la valoración de 112 usuarios. (29.1%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 104 usuarios (27.0 %). Esta información demuestra que estos usuarios consideran que, la subdirección no cumple con lo prometido, que el servicio no es realizado correctamente en la primera oportunidad, en el tiempo prometido o que presenta errores durante su entrega y que de presentarse algún problema la subdirección no muestra un interés real en resolverlo.

Tabla 7

Niveles de la dimensión fiabilidad

NIVEL	SERVPERF			SERVQUAL			NQ		
	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi
Bajo	[5,12)	145	37.7	[-20,-7)	112	29.1	[-8,-3)	104	27.0
Medio	[12,19)	182	47.3	[-7,6)	262	68.1	[-3,2)	248	64.4
Alto	[19,26]	58	15.1	[6,19]	11	2.9	[2,7]	33	8.6
TOTAL		385	100		385	100		385	100

Fuente: Base de datos

La tabla 7 muestra también que la valoración del nivel de calidad del servicio como **medio** o regular para el modelo SERVPERF asciende a la valoración de 182 usuarios (47.3%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 262 usuarios. (68.1 %) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 248 usuarios (64.4%). Esto señala que los usuarios que hicieron estas valoraciones consideran la subdirección cumple con lo prometido de manera regular, que el servicio es realizado correctamente después de la primera oportunidad, dentro de un tiempo aceptable distinto al prometido, o que presenta algunos errores durante su entrega y que de presentarse algún problema la subdirección muestra algún interés en resolverlo.

Finalmente, la valoración del nivel de calidad del servicio como **alto** para el modelo SERVPERF es dada por la valoración de 58 usuarios (15.1%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 11 usuarios. (2.9%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 33 usuarios (8.6%) en este nivel. Al ubicar las

valoraciones en este nivel, esto muestra que estos usuarios consideran que la subdirección cumple a cabalidad con el servicio prometido, que el servicio es realizado muy eficientemente a la primera oportunidad, en el tiempo prometido y que de presentarse algún problema la subdirección muestra interés real en resolverlo.

4.1.1.4. Calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta

Con respecto a la dimensión capacidad de respuesta, la Tabla 8, indica que para el modelo SERVPERF la valoración de 174 usuarios (45.2%), del nivel de calidad de la dimensión tangibilidad es **bajo**, para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía ubicándose en esta categoría la valoración de 123 usuarios. (31.9%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 161 usuarios (41.8%). Esto indica que los usuarios perciben que el personal no tuvo un accionar rápido durante la entrega del servicio y que su disposición a ayudar a los usuarios y contestar preguntas sobre el servicio y cuando concluirá, no es buena.

Tabla 8

Niveles de la dimensión capacidad de respuesta

NIVEL	SERVPERF			SERVQUAL			NQ		
	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi
Bajo	[4,10)	174	45.2	[-16,-6)	123	31.9	[-8,-2)	161	41.8
Medio	[10,16)	152	39.5	[-6,4)	232	60.3	[-2,4)	209	54.3
Alto	[16,22]	59	15.3	[4,14]	30	7.8	[4,10]	15	3.9
TOTAL		385	100		385	100		385	100

Fuente: Base de datos

Se observa también que la valoración del nivel de calidad del servicio de la dimensión tangibilidad como **medio** o regular, para el modelo SERVPERF asciende a la valoración de 152 usuarios (39.5%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 232 usuarios. (60.3%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 209 usuarios (54.3%). Esto señala que los usuarios que hicieron estas valoraciones consideran que el personal tuvo un realizó las actividades correspondientes al servicio

dentro de un tiempo aceptable, y que su disposición a ayudar a los usuarios y contestar preguntas sobre el servicio y cuando concluirá, puede considerarse adecuada.

Finalmente, las valoraciones correspondientes al nivel **alto**, para el modelo SERVPERF es representada por 59 usuarios (15.3%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 30 usuarios. (7.8%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 15 usuarios (3.9%) en este nivel. Esto refleja la percepción de que el personal tuvo un accionar excelente en cuanto a prontitud se refiere y que su disposición a ayudar a los usuarios y contestar preguntas sobre el servicio y cuando concluirá, es muy buena.

4.1.1.5. Calidad del servicio en su dimensión seguridad

La Tabla 9, sobre el nivel de calidad en la dimensión seguridad, indica que para el modelo SERVPERF la valoración de 152 usuarios (39.5%), del nivel de calidad del servicio de la dimensión seguridad se corresponde con el nivel **bajo**, para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía ubicándose en esta categoría la valoración de 125 usuarios. (32.5%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 110 usuarios (28.6 %). Esta información demuestra que estos usuarios consideran que el comportamiento de los empleados no despierta su confianza, que no se sienten seguros al hacer sus trámites, que el personal no es amable o que no tiene los conocimientos suficientes sobre el servicio para responder a las preguntas de los usuarios.

Tabla 9

Niveles de la dimensión seguridad

NIVEL	SERVPERF		SERVQUAL			NQ			
	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi
Bajo	[4,10)	152	39.5	[-16,-5)	125	32.5	[-8,-3)	110	28.6
Medio	[10,16)	173	44.9	[-5,6)	248	64.4	[-3,2)	233	60.5
Alto	[16,22]	60	15.6	[6,17]	12	3.1	[2,7]	42	10.9
TOTAL		385	100		385	100		385	100

Fuente: Base de datos



La tabla 9 muestra también que la valoración del nivel de calidad del servicio como **medio** o regular para el modelo SERVPERF asciende a la valoración de 173 usuarios (44.9%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 248 usuarios. (64.4%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 233 usuarios (60.5%). Esto señala que los usuarios que hicieron estas valoraciones consideran que el comportamiento de los empleados despierta su confianza, que se sienten seguros al hacer sus trámites, que el personal es amable o que tiene los conocimientos suficientes sobre el servicio para responder a las preguntas de los usuarios.

Finalmente, la valoración del nivel de calidad del servicio como **alto** para el modelo SERVPERF es dada por la valoración de 60 usuarios (15.6%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 12 usuarios. (3.1%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 42 usuarios (10.9%) en este nivel. Al ubicar las valoraciones en este nivel, esto muestra que estos usuarios consideran que el comportamiento de los empleados despierta excede sus expectativas de confianza, que se sienten muy seguros al hacer sus trámites, que el personal es muy afable y solícito y que conoce muy bien los procesos del servicio lo que le permite responder a las preguntas de los usuarios con mucha eficiencia.

4.1.1.6. Calidad del servicio en su dimensión empatía

Con respecto a la dimensión empatía, la Tabla 10, indica que para el modelo SERVPERF la valoración de 163 usuarios (42.3%), del nivel de calidad de la dimensión empatía es **bajo**, para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía ubicándose en esta categoría la valoración de 133 usuarios. (34.5%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 142 usuarios (36.9%). Esto indica que estos usuarios consideran que no se les brinda atención individualizada, que el horario de atención no

es conveniente, que la atención no es personalizada, que a la subdirección no le importan sus necesidades y que el personal no entiende sus necesidades específicas.

Tabla 10

Niveles de la dimensión empatía

NIVEL	SERVPERF			SERVQUAL			NQ		
	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi	Intervalo	fi	hi
Bajo	[5,12)	163	42.3	[-20,-6)	133	34.5	[-8,-2)	142	36.9
Medio	[12,19)	168	43.6	[-6,5)	231	60.0	[-2,4)	228	59.2
Alto	[19,26]	54	14.0	[5,16]	21	5.5	[4,10]	15	3.9
TOTAL		385	100		385	100		385	100

Fuente: Base de datos

Se observa también que la valoración del nivel de calidad del servicio de la dimensión empatía como **medio** o regular, para el modelo SERVPERF asciende a la valoración de 168 usuarios (43.6%), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 231 usuarios. (60.0%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 228 usuarios (59.2%). Esto señala que los usuarios que hicieron estas valoraciones consideran que se les brinda atención individualizada, que el horario de atención es conveniente, que la atención es personalizada, que a la subdirección le importan sus necesidades y que el personal entiende ciertas necesidades específicas.

Finalmente, las valoraciones correspondientes al nivel **alto**, para el modelo SERVPERF es representada por 54 usuarios (14.0 %), para el modelo SERVQUAL esta cantidad varía a 21 usuarios. (5.5%) y el modelo de calidad normalizada registra la valoración de 15 usuarios (3.9 %) en este nivel. Al ubicar las valoraciones en este nivel, esto indica que estos usuarios consideran que se les brinda atención muy individualizada, que el horario de atención es muy conveniente, que la atención es muy personalizada, que a la subdirección le importan bastante sus necesidades y que el personal entiende perfectamente sus necesidades específicas.

4.1.2. Resultados del objetivo específico 2

La satisfacción del usuario se midió mediante el uso del índice de satisfacción del cliente, cuya métrica de resultado es el índice de satisfacción del cliente, que es el promedio de las calificaciones de siete componentes que reflejan los diversos componentes personales y sociales de la satisfacción para los servicios públicos.

Este modelo usa los impulsores con fines de evaluación del servicio, identificar las características que no generan suficiente satisfacción y para ayudar al usuario a estructurar mejor sus percepciones a fin de que el índice de satisfacción del cliente (CSI) refleje fidedignamente la satisfacción del usuario con respecto al servicio, es decir que los impulsores influyen en el resultado del CSI, pero operativamente no son parte de él.

4.1.2.1. Índice de Satisfacción del Cliente (CSI)

En la Tabla 11, se observa que 185 usuarios que representan el 48.1%, indican que están **insatisfechos** con el servicio proveído, esto significa que no sienten que recibir el servicio que querían fue fácil, no se sintieron bien con la experiencia del servicio que tuvieron, no creen que el servicio es igual al mejor servicio ofrecido en cualquier otra institución, que la experiencia de servicio no superó sus expectativas, que tendrían reservas al hablar positivamente a los demás sobre su experiencia de servicio, que el servicio que experimentaron no aumentó su confianza en el servicio público y que en general no están satisfechos con el servicio recibido.

Tabla 11

Índice de satisfacción del cliente.

NIVEL	Intervalo	fi	hi
Bajo	[1,3)	185	48.1
Medio	[3,5)	194	50.4
Alto	[5,7]	6	1.6
TOTAL		385	100.0

Fuente: Base de datos



Se aprecia también que 194 usuarios que representan el 50.4%, indican que el servicio proveído es **satisfactorio**, es decir sienten que recibir el servicio que querían es aceptablemente fácil, no se sintieron ni bien ni mal con la experiencia del servicio que tuvieron, creen que el servicio es igual a otro servicio ofrecido en cualquier otra institución, que la experiencia de servicio alcanzó sus expectativas, que no hablarían ni positiva ni negativamente a los demás sobre su experiencia de servicio, que el servicio que experimentaron no cambió su confianza en el servicio público y que en general consideran de nivel regular el servicio recibido.

Finalmente, se observa que 6 usuarios que representan el 1.6%, indican que están **muy satisfechos** con el servicio recibido, es decir sienten que recibir el servicio que querían fue muy fácil, se sintieron bien con la experiencia del servicio que tuvieron, creen que el servicio es igual al mejor servicio ofrecido en cualquier otra institución, que la experiencia de servicio superó sus expectativas, que no tendrían reservas al hablar positivamente a los demás sobre su experiencia de servicio, que el servicio que experimentaron aumentó su confianza en el servicio público y que en general están satisfechos con el servicio recibido.

La Tabla 12 muestra la descripción de los componentes del índice de satisfacción del cliente, que son de gran ayuda en la lectura de la Figura 2, que muestra los valores porcentuales de cada componente del índice de satisfacción, en esta se aprecia que entre 32% y 39.5% se sienten **insatisfechos** 53% y 58.7% de los usuarios se **sienten satisfechos** y menos del 10% se sienten **muy satisfechos** con respecto al servicio proveído en la subdirección de licencias de conducir.

Tabla 12

Ítems componentes del índice de satisfacción del cliente

CÓDIGO	ÍTEM
CSI1	19.- Recibir el servicio que quería era fácil.
CSI2	20.- Se sintió bien con la experiencia de servicio que tuvo.
CSI3	21.- El servicio es igual al mejor servicio ofrecido en cualquier otra institución.
CSI4	22.- La experiencia de servicio superó sus expectativas.
CSI5	23.- Hablaría positivamente a los demás sobre su experiencia de servicio.
CSI6	24.- El servicio que experimentó aumentó su confianza en el servicio público
CSI7	25.- En general, está satisfecho con el servicio que recibió.

Fuente: Base de datos

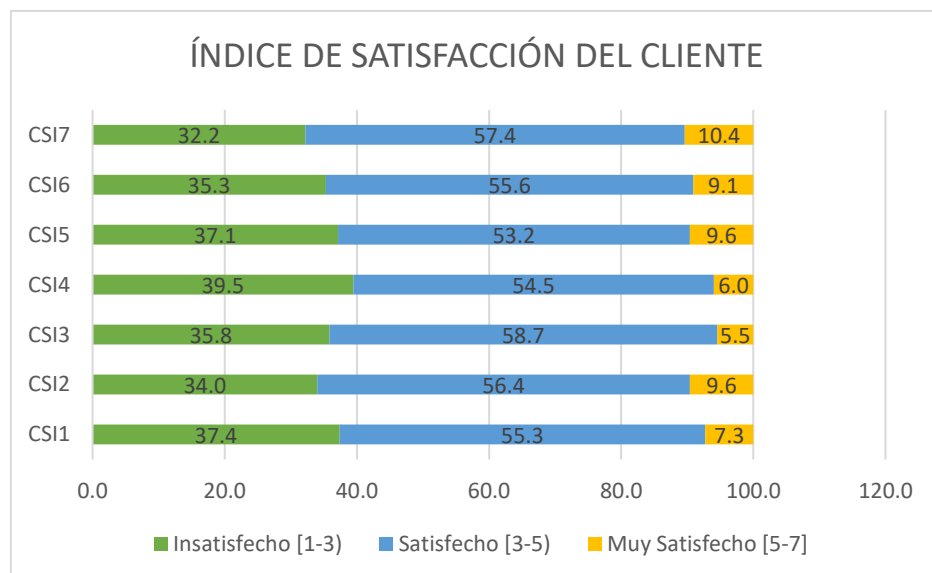


Figura 2. Valores porcentuales de los componentes del índice de satisfacción del cliente

4.1.2.2. Impulsor diseño del servicio

En la Tabla 13, se muestra que 81 usuarios que representan el 21.0%, indican que están **insatisfechos** con el diseño del servicio, es decir sienten que al final no recibieron el servicio que buscaban, no sabían dónde o cómo encontrar el servicio que buscaban, no recibieron toda la información que necesitaban para recibir el servicio, que el proceso para recibir el servicio no fue fácil, que el proceso para acceder al servicio no fue fácil y no tienen la seguridad de que su información personal fue protegida.

Tabla 13

Impulsor diseño del servicio

NIVEL	Intervalo	fi	hi
Bajo	[-16,-6)	81	21.0
Medio	[-6,4)	215	55.8
Alto	[4,14]	89	23.1
TOTAL		385	100

Fuente: Base de datos

Se aprecia también que 215 usuarios que representan el 55.8%, indican que **están satisfechos** con el diseño del servicio, es decir sienten que al final recibieron el servicio que buscaban, que tenían alguna idea de dónde o cómo encontrar el servicio que buscaban, recibieron información que necesitaban para recibir el servicio; que el proceso para acceder y recibir el servicio fue relativamente fácil y no tienen completa seguridad de que su información personal fue protegida.

Finalmente, se observa que 89 usuarios que representan el 23.1%, refieren estar **muy satisfechos** con el diseño del servicio recibido, es decir sienten que al final, recibieron el servicio que buscaban, sabían dónde o cómo encontrar el servicio que buscaban, recibieron toda la información que necesitaban para recibir el servicio y que para ellos el proceso para recibir el servicio fue fácil, el proceso para acceder al servicio fue fácil y tienen la seguridad de que su información personal fue protegida.

4.1.2.3. Impulsor cumplimiento de plazos de entrega

En la Tabla 14, se observa que 144 usuarios que representan el 37.4%, están **insatisfechos** con los plazos de entrega del servicio, es decir no sienten estar satisfechos con el tiempo que llevó acceder al servicio, con el tiempo que les tomo recibir el servicio, ni con el tiempo que llevó conseguir la ayuda que necesitaban.

Se aprecia también que 157 usuarios que representan el 40.8%, están **satisfechos** con los plazos de entrega del servicio, es decir no sienten estar satisfechos con el tiempo

que llevó acceder al servicio, con el tiempo que les tomo recibir el servicio, y con el tiempo que llevó conseguir la ayuda que necesitaban.

Tabla 14

Impulsor cumplimiento de plazos de entrega

NIVEL	Intervalo	fi	hi
Bajo	[-20,-7)	144	37.4
Medio	[-7,6)	157	40.8
Alto	[6,19]	84	21.8
TOTAL		385	100

Fuente: Base de datos

Finalmente, se observa que 84 usuarios que representan el 21.8%, están **muy satisfechos**, es decir sienten que están muy satisfechos con el tiempo que llevó acceder al servicio, con el tiempo que les tomo recibir el servicio y con el tiempo que llevo conseguir la ayuda que necesitaban.

4.1.2.4. Impulsor interacción del personal

En la Tabla 15, se observa que 96 usuarios que representan el 24.9%, están **insatisfechos** con la manera en que interactúa el personal de contacto con ellos, es decir no sienten que el personal los trató con cortesía, que el personal los trató justamente, que el personal entendió sus necesidades, que no se sintieron cómodos durante el proceso del servicio, que el personal no atendió sus necesidades y que el personal de servicio no estaba bien informado.

Tabla 15

Impulsor interacción del personal

NIVEL	Intervalo	fi	hi
Bajo	[-16,-6)	96	24.9
Medio	[-6,4)	205	53.2
Alto	[4,14]	84	21.8
TOTAL		385	100

Fuente: Base de datos



Se aprecia también que 205 usuarios que representan el 53.2%, están satisfechos con la manera en que interactúa el personal de contacto con ellos, es decir sienten que el personal los trató con cortesía, que el personal los trató justamente, que el personal entendió sus necesidades, que se sintieron cómodos durante el proceso del servicio, que el personal atendió sus necesidades y que el personal de servicio estaba informado.

Finalmente, se observa que 84 usuarios que representan el 21.8%, se encuentran **muy satisfechos** con la manera en que el personal de contacto interactúa con ellos, es decir sienten que el personal los trató con mucha cortesía, que el personal los trató muy justamente, que el personal entendió perfectamente sus necesidades, que se sintieron muy cómodos durante el proceso del servicio, que el personal hizo todo lo posible por atender sus necesidades y que el personal de servicio estaba muy bien informado.

4.1.2.5. Impulsor resolución de problemas

En la Tabla 16, se observa que 85 usuarios que representan el 22.1%, están **insatisfechos** con la manera en que se resuelven los problemas en la subdirección de licencias de conducir de Puno, es decir no sienten que cualquier asunto futuro será tratado eficientemente, que cualquier problema que se encontró en el proceso de servicio se resolvió fácilmente, que cualquier queja que hicieron sobre su experiencia de servicio fue canalizada adecuadamente.

Tabla 16

Impulsor resolución de problemas

NIVEL	Intervalo	fi	hi
Bajo	[-16,-5)	85	22.1
Medio	[-5,6)	224	58.2
Alto	[6,17]	76	19.7
TOTAL		385	100

Fuente: Base de datos

Se aprecia también que 224 usuarios que representan el 58.2%, están **satisfechos** con la manera en que se resuelven los problemas en la subdirección de licencias de conducir de Puno, es decir confían en que cualquier asunto futuro será tratado eficientemente, que cualquier problema que se encontró en el proceso de servicio se resolvió adecuadamente, que cualquier queja que hizo sobre la experiencia de servicio fue canalizada adecuadamente.

Finalmente, se observa que 76 usuarios que representan el 19.7%, están **muy satisfechos** con la manera en que se resuelven los problemas en la subdirección de licencias de conducir de Puno, es decir sienten que pueden confiar totalmente en que cualquier asunto futuro será tratado eficientemente, que cualquier problema que se encontró en el proceso de servicio se resolvió muy fácilmente, que cualquier queja que hizo sobre la experiencia de servicio fue canalizada muy adecuadamente

4.1.3. Resultados del objetivo específico 3

Al realizar el análisis del objetivo específico 1; y con soporte en la información de la Tabla 8 referente a la capacidad de respuesta, se elaboran los lineamientos de mejora orientados a la calidad del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir.

4.1.4. Resultados del objetivo general

4.1.4.1. Resultados correlacionales entre calidad de servicio SERVPERF y satisfacción del usuario

La Figura 3 muestra que el diagrama de dispersión entre la calidad del servicio evaluada bajo el modelo SERVPERF y la satisfacción del usuario, presenta una dirección positiva. En la Tabla 17 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.6063, el valor de significancia es 0.000; por lo tanto, menor a 0.05 lo cual indica que el coeficiente es significativo.

Tabla 17

Correlación calidad del servicio SERVPERF y satisfacción del usuario

DESCRIPCIÓN	RESULTADOS
N	385
Rho de Spearman	0.6063
Sig.	0.0000

Fuente: Base de datos

Estos resultados invitan a establecer que efectivamente el comportamiento del nivel de calidad de servicio evaluado bajo la metodología del SERVPERF se relaciona positiva y medianamente con la satisfacción del usuario.

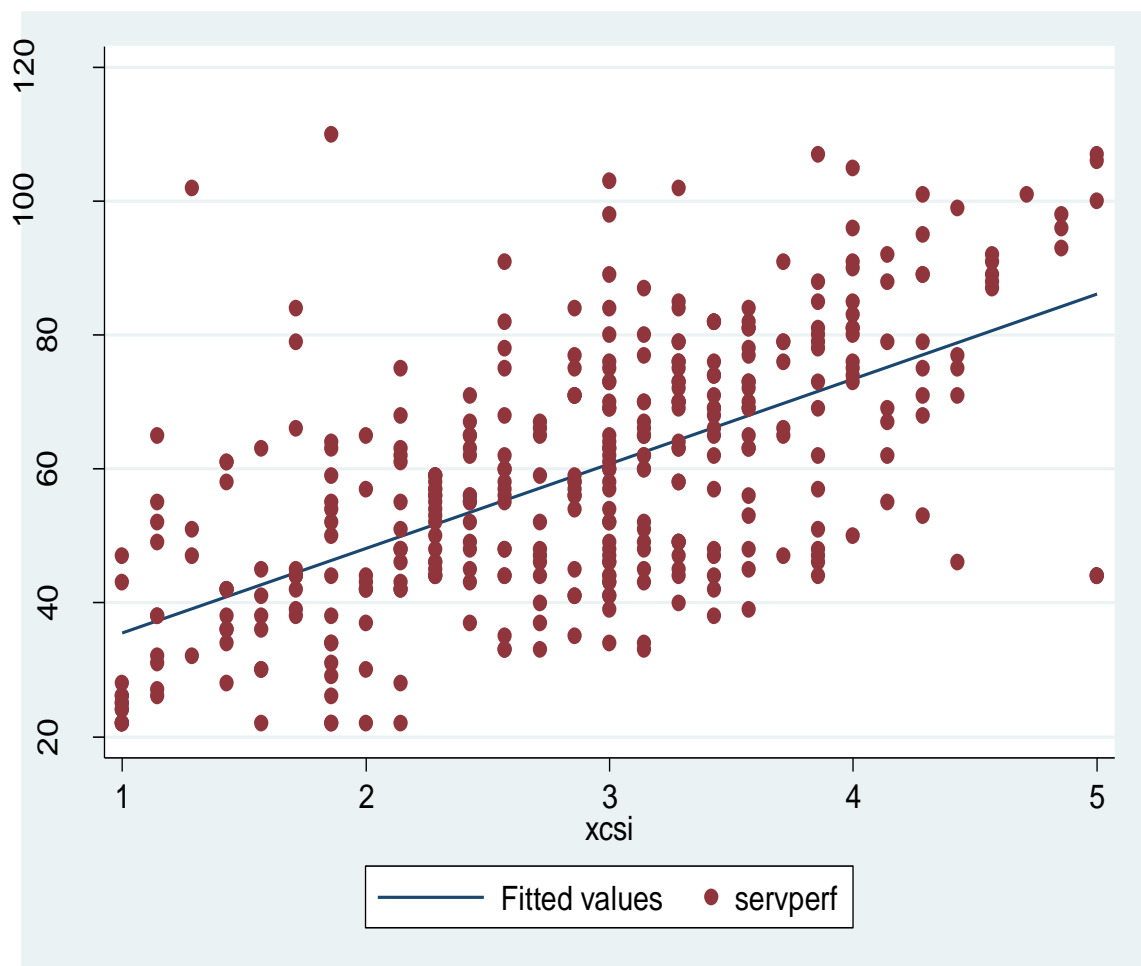


Figura 3. Diagrama de dispersión entre calidad del servicio SERVPERF y satisfacción del usuario

4.1.4.2. Resultados correlacionales entre calidad de servicio SERVQUAL y satisfacción del usuario

La Figura 4 muestra que el diagrama de dispersión entre la calidad del servicio evaluada bajo el modelo SERVQUAL y la satisfacción del usuario, presenta una dirección positiva. En la Tabla 18 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.3111, el valor de significancia es 0.000; por lo tanto, menor a 0.05 lo cual indica que el coeficiente es significativo.

Tabla 18

Correlación calidad del servicio SERVQUAL y satisfacción del usuario

DESCRIPCIÓN	RESULTADOS
N	379
Rho de Spearman	0.3111
Sig.	0.0000

Fuente: Base de datos

Estos resultados invitan a establecer que efectivamente el comportamiento del nivel de calidad de servicio evaluado bajo la metodología SERVQUAL se relaciona positiva, aunque débilmente con la satisfacción del usuario, esto se debe a que los datos sufren modificaciones al incluir las expectativas en el cálculo del nivel de calidad del servicio.

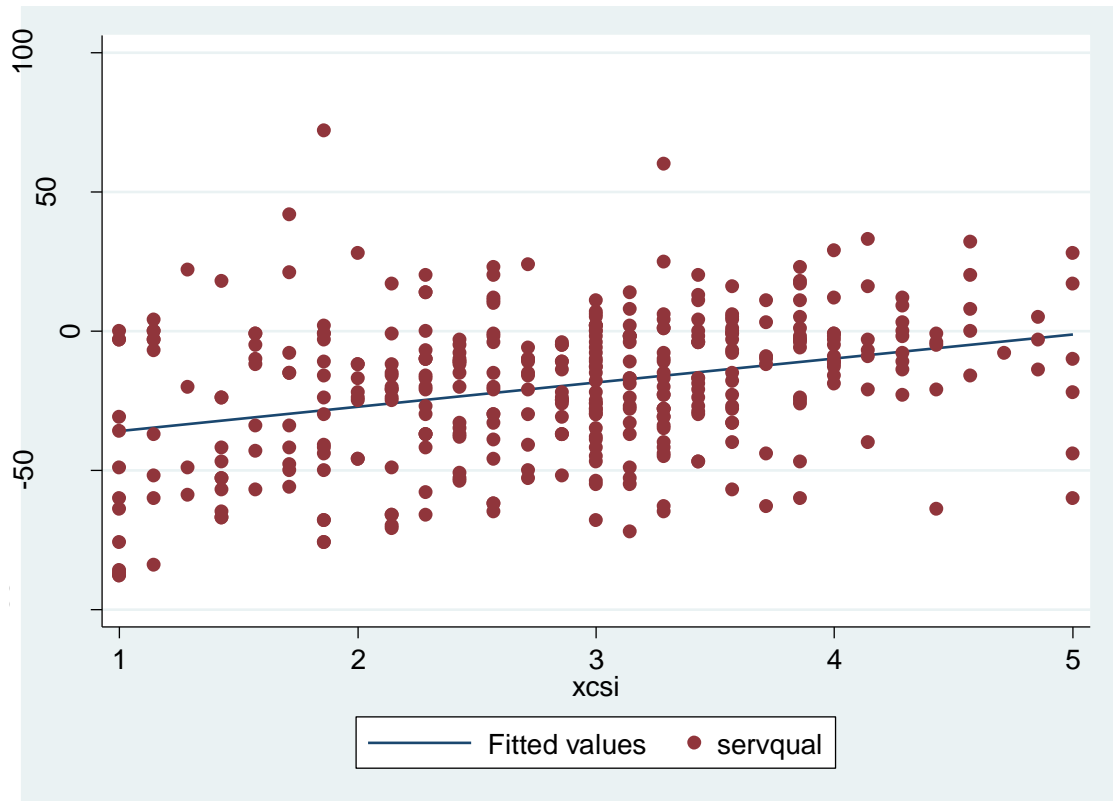


Figura 4. Diagrama de dispersión entre calidad del servicio SERVQUAL y satisfacción del usuario

4.1.4.3. Resultados correlacionales entre calidad de servicio calidad normalizada y satisfacción del usuario

La Figura 5 muestra que el diagrama de dispersión entre la calidad del servicio evaluada bajo el modelo calidad normalizada y la satisfacción del usuario, presenta una dirección positiva. En la Tabla 19 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.3128, el valor de significancia es 0.000; por lo tanto, menor a 0.05 lo cual indica que el coeficiente es significativo.

Tabla 19

Correlación calidad del servicio calidad normalizada y satisfacción del usuario

DESCRIPCIÓN	RESULTADOS
N	385
Rho de Spearman	0.3128
Sig.	0.0000

Fuente: Base de datos

Estos resultados invitan a establecer que efectivamente el comportamiento del nivel de calidad de servicio evaluado bajo la metodología de calidad normalizada se relaciona positiva, aunque débilmente con la satisfacción del usuario.

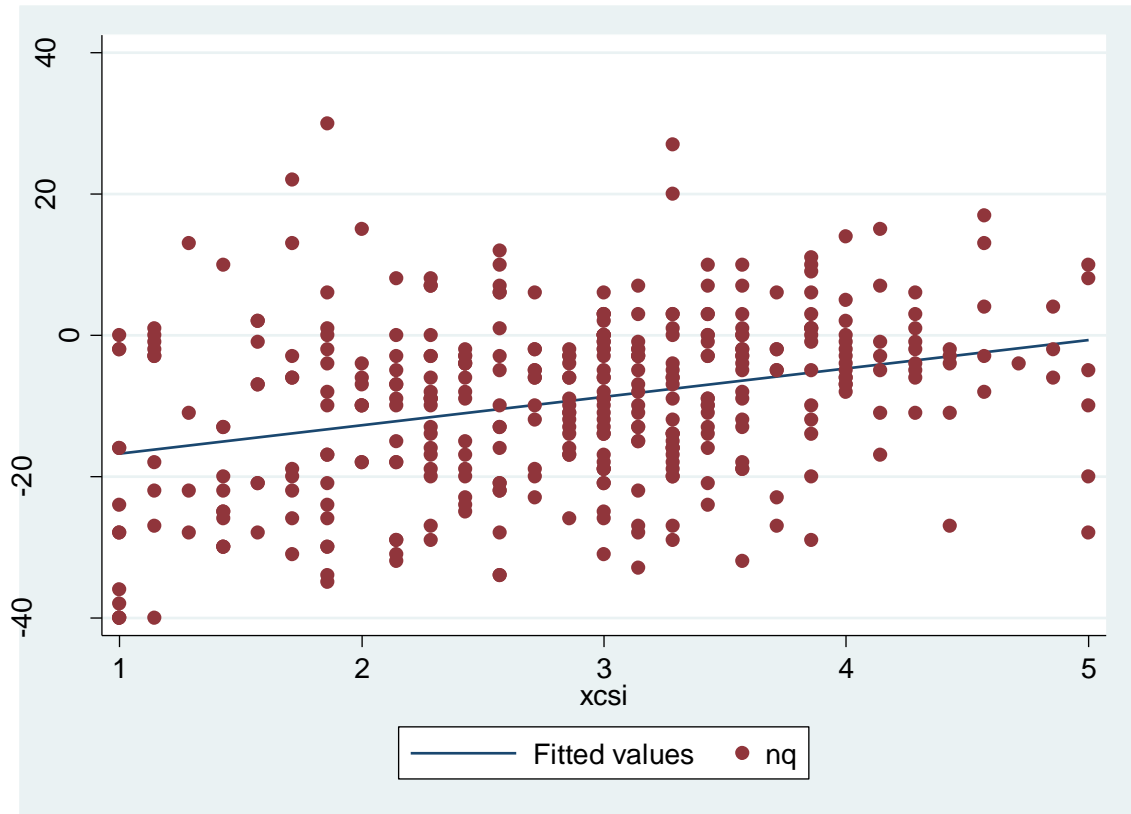


Figura 5. Diagrama de dispersión entre calidad del servicio calidad normalizada y satisfacción del usuario

4.1.5 Contrastación de hipótesis

4.1.5.1 Contrastación de hipótesis específica 1

El enunciado del primer objetivo específico, “determinar el nivel de calidad del servicio” para confirmar el resultado de la distribución de frecuencias hay que identificar un nivel promedio, además este ha de ser representativo, por ello se calculan las medidas de tendencia central y el coeficiente de variación, como se detallan en la Tabla 20.

Tabla 20

Medidas de tendencia central y dispersión de la variable calidad del servicio

	SERVPERF	SERVQUAL	NQ
N	385	385	385
Media	59.3	-19.5	-9.1
Mediana	58	-16	-8
Varianza	370.5	661.9	148.5
Desviación estándar	19.2	25.7	12.2
Coefficiente de variación	32.4		

Fuente: Base de datos

Se observa que para SERVPERF la puntuación promedio de los 385 usuarios es de 59.3; esta puntuación corresponde al nivel medio según la Tabla 5, el 50% de los usuarios tienen puntuaciones de 58 o menos, el 50% restante tiene puntuaciones mayores a 58, se observa entonces que las medidas de tendencia central indican que el promedio de los puntajes de calidad del servicio se encuentra en el nivel medio. Por otra parte, el coeficiente de variación indica que existe una variación de 32.3%, esto señala que el promedio y la mediana son representativas porque hay mayor homogeneidad entre los valores de la variable. Se concluye que la mediana=58, es representativa por lo tanto para este modelo se acepta la hipótesis nula (H_0), esto es, NO existe un nivel bajo de calidad de servicio percibido por el usuario de del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir en Puno en 2019.

Para SERVQUAL la puntuación promedio de los 385 usuarios es -19.5; esta puntuación corresponde al nivel medio según la Tabla 5; el 50% de los usuarios tienen puntuaciones de -16 o menos, el 50% restante tiene puntuaciones mayores a -16, se observa entonces que las medidas de tendencia central indican que la mediana de los puntajes de calidad del servicio se encuentra en el nivel medio. Por otra parte, la desviación estándar es de 25.8, esto señala que el promedio es representativo porque hay homogeneidad entre los valores de la variable. Por lo tanto, para este modelo se acepta

la hipótesis nula (H_0), esto es, NO existe un nivel bajo de calidad de servicio percibido por el usuario de del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir en Puno en 2019.

Para calidad normalizada la puntuación promedio de los 385 usuarios es -9.1; esta puntuación corresponde al nivel medio según la Tabla 5; el 50% de los usuarios tienen puntuaciones de -8 o menos, el 50% restante tiene puntuaciones mayores a -8, se observa entonces que las medidas de tendencia central indican que la mediana de los puntajes de calidad del servicio se encuentra en el nivel medio. Por otra parte, la desviación estándar es de 12.2, esto señala que el promedio es representativo porqué hay homogeneidad entre los valores de la variable. Por lo tanto, para este modelo se acepta la hipótesis nula (H_0), esto es, NO existe un nivel bajo de calidad de servicio percibido por el usuario de del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir en Puno en 2019.

4.1.5.2 Contratación de hipótesis específica 2

Al igual que el enunciado del primer objetivo específico, “determinar el nivel de satisfacción” para el segundo objetivo específico para confirmar los resultados de la distribución de frecuencias, se tiene que identificar un nivel promedio, además este ha de ser representativo, por ello para esta variable también se calculan las medidas de tendencia central y el coeficiente de variación, como se detallan en la Tabla 21.

Tabla 21

Medidas de tendencia central y dispersión de la variable satisfacción

Satisfacción	
N	385
Media	2.9
Mediana	3
Moda	3
Varianza	0.9
Desviación estándar	0.9
Coefficiente de variación	33.1

Fuente: Base de datos



Se observa que promedio de los 385 usuarios es de 2.9; esta puntuación corresponde al nivel medio según la Tabla 11 el puntaje de mayor frecuencia o moda es 3, puntuación que también corresponde al nivel medio; el 50% de los usuarios tienen puntuaciones de 3 o menos, el 50% restante tiene puntuaciones mayores a 3, así pues, las medidas de tendencia central indican que el promedio de los puntajes de satisfacción del usuario se encuentra en el nivel medio.

El coeficiente de variación indica que existe una variación de 33.0%, siendo este representativo. Se concluye entonces que la media 2.9 es representativa, por lo tanto, se acepta hipótesis nula (H_0); NO existe un nivel bajo de satisfacción en el usuario del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir en Puno en 2019.

4.1.5.3. Contrastación de hipótesis general

Conforme a lo planteado en la hipótesis general “Existe una relación positiva entre la calidad de servicio la satisfacción del usuario”. Para sustentar dicha aseveración se toman en cuenta las Tablas 17, 18 y 19 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.6063 para el modelo SERVPERF, este responde a una correlación positiva media entre calidad de servicio y satisfacción. Para el modelo SERVQUAL es 0.3111 y para el modelo de calidad normalizada es 0.3128, estos últimos responden a una correlación positiva débil entre calidad de servicio y satisfacción. Asimismo, las Figuras 3,4 y 5; revelan que la dispersión de datos de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario tienen una dirección positiva, es decir que se espera que a medida que la calidad de servicio aumenta, también se espera un aumento de satisfacción.



En base a este razonamiento, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1) SI existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de los servicios proveídos por la subdirección de licencias de conducir en Puno en 2019.

4.2 DISCUSIÓN

En esta sección se analizarán los resultados de investigaciones nacionales, internacionales, nacionales y locales que serán contrastados con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Según los resultados de esta investigación; la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios se relacionan de manera positiva, el valor de Rho de Spearman para SERVPERF es 0.6063 lo que indica una relación positiva moderada, para SERVQUAL 0.3111 y para calidad normalizada 0.3128, que indica una relación positiva débil en ambos casos.

Lota (2014) en cuanto a resultados de satisfacción global, estos respectivamente son para los encuestados Bueno y Excelente con tendencia a Bueno para los usuarios, es decir que el servicio de la Secretaria de Defensa del consumidor en la Municipalidad de Ensenada tiene un grado de satisfacción algo Satisfactorio con tendencia a Bastante Satisfactorio. Los resultados para el objetivo específico 2 de este estudio se diferencian en que los valores obtenidos se concentran en el nivel medio, sin embargo, en el caso de la subdirección de licencias de conducir de Puno en 2019, no hay una tendencia hacia un nivel alto de satisfacción, sino más bien existe una tendencia a la insatisfacción.

Guillermo (2018), en su tesis “Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar Social y Participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe,2018”. Establece que a nivel global la variable Calidad del servicio se correlaciona directa y positivamente con la satisfacción del usuario



demostrado con un coeficiente de correlación positivo de $r_s = 0.771$., en el caso de esta investigación según los resultados para el objetivo general, el mayor coeficiente de correlación es 0.6063 para SERVPERF, por lo que se concuerda en que existe una correlación positiva entre las variables.

Caballero (2016) en su tesis “Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016”, Mediante el Rho de Spearman determinó una $Sig=0.00$ y un $r=0,906$ con un nivel de confianza de 5% comprobando que existe relación directa y positiva entre las variables. Los resultados para el objetivo general permiten concurrir con este resultado en el hecho de que la satisfacción del usuario está relacionada directamente con la calidad de servicio. A diferencia de Caballero (2016) cuyo resultado tiene una correlación positiva muy fuerte y hasta casi perfecta, la relación de mayor correlación está dada por SERVPERF y la satisfacción del usuario que nos ofrece una correlación de 0.6063 valor que se ubica en un rango cercano a los de los demás trabajos, al hacer una comparación de los resultados obtenidos por Caballero (2016), con otros trabajos se señala que es poco frecuente obtener resultados tan altos.

Bejarano (2016) en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016”. La correlación de ambas variables ofrece los valores $sig=0,31$ y un $r= 0,117$ a nivel global estableciendo que existe una relación directa muy baja. Los resultados para el objetivo general de esta investigación permiten estar de acuerdo en la aseveración de que existe una relación entre la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios, en este caso sin embargo las correlaciones ofrecen valores más altos, estableciendo una relación positiva moderada para SERVPERF y positiva débil para SERVQUAL y calidad normalizada.



Aroquipa (2018) en su tesis de pregrado “Calidad de atención y satisfacción de los clientes que acuden al banco de la nación agencia Ayaviri 2016”. concluye que se evidenció la relación que existe entre las variables de estudio, y esta es de 0.649 según lo determina el Rho de Spearman, lo que indica una relación positiva de nivel considerable, es decir, a mejor calidad de atención se tendrá también una mejor satisfacción de los clientes. Los resultados para el objetivo general permiten concurrir con esta información, dado que Aroquipa (2018) también uso un instrumento basado en la evaluación del desempeño, la correlación para SERVPERF y la satisfacción es de 0.6063 es también directa, positiva y moderada, lo cual también permite concluir que, a mejor calidad de atención, mejorará la satisfacción de los clientes.



V. CONCLUSIONES

- Con respecto al objetivo general según las Tablas 17,18 y 19, los hallazgos obtenidos entre la variable calidad de servicio y satisfacción del usuario evidencian una relación positiva, estadísticamente significativa con correlaciones: media positiva para SERVPERF con un valor de Rho de Spearman de 0.6063 y con positivas débiles para SERVQUAL y calidad normalizada con un valor de Rho de Spearman de 0.3111 y 0.3128 respectivamente , por lo cual se concluye que existe una relación positiva entre el nivel de calidad y el nivel de satisfacción percibido por los usuarios de la Subdirección de licencias de conducir de Puno en el 2019.
- Con referencia al primer objetivo específico, al realizar el análisis estadístico de la variable calidad del servicio como lo evidencia la Tabla 5, el 48.1% de los usuarios según SERVPERF, 67.5% según SERVQUAL y 65.7% según Calidad Normalizada, asignan un nivel medio a las percepciones de la calidad del servicio; además las medidas de tendencia central según la Tabla 20 son puntajes de nivel medio estadísticamente representativos, por lo tanto, se concluye que existe un nivel medio de calidad del servicio percibido por el usuario de la subdirección de licencias de conducir de Puno en el 2019.
- Respecto al segundo objetivo específico, los hallazgos presentados en la Tabla 8 indican que el 48.1 % de los usuarios están insatisfechos con el servicio recibido; 50.4% están satisfechos y el 17.4% de los usuarios están muy satisfechos. La media 2.9 según la Tabla 18 es un puntaje de nivel medio y el coeficiente de variación 33.0% es estadísticamente



representativo, por lo tanto, se concluye que los usuarios están satisfechos con el servicio que provee la subdirección de licencias de conducir de Puno en el 2019.

- Finalmente, con referencia al tercer objetivo específico, según la Tabla 8, el 45.2% de los usuarios asignan a la dimensión capacidad de respuesta un nivel bajo, esto significa que los usuarios no consideran que el personal de contacto provea el servicio de manera rápida o que no hay disposición de ayudar y/o responder a las preguntas de los usuarios; por ello se concluye que los ítems de esta dimensión han de ser objetos de propuestas de mejora.



VI. RECOMENDACIONES

- En referencia al primer objetivo general se recomienda promover investigaciones que ayuden a establecer empíricamente, siguiendo el uso de la investigación científica la relación entre el nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción que el usuario siente al hacer uso del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir y sus cambios a lo largo del tiempo.
- Con referencia al primer objetivo específico, promover la realización de estudios de manera periódica para poder hacer comparaciones en cuanto a los avances que se tienen en función a los ítems de las dimensiones de la calidad evaluadas, a fin de poder hallar los ítems que aún no se desempeñan dentro de estándares adecuados y puedan tomarse acciones para corregirlos, para servir adecuadamente a un ciudadano-cliente cada vez con mayores expectativas y mayor conocimiento de sus derechos, usando la metodología SERVPERF que como se evidencia en el estudio registra mejor las variaciones de las percepciones de la calidad del servicio a comparación de SERVQUAL o la calidad normalizada.
- Con respecto al segundo objetivo específico, promover la realización de estudios de manera periódica acerca de la satisfacción que genera el servicio proveído por la subdirección, de ser posible en función a los ítems de los impulsores evaluados, a fin de poder identificar los que aún no generan los resultados dentro de los estándares adecuados y puedan tomarse acciones para mejorarlos, teniendo en cuenta que dentro del enfoque del New Public Management se busca servir al ciudadano como fin final de la estructura gubernamental.



- Con referencia al tercer objetivo específico, se recomienda a la Subdirección de Licencias de Conducir de Puno promover en el personal de contacto la realización de del servicio con prontitud, responder a las inquietudes de los usuarios, demostrando actitud de servicio, y proveer las herramientas adecuadas para la comunicación de cuándo finalizará el servicio; para así mejorar la calidad del servicio para que los usuarios puedan sentirse satisfechos con el servicio proveído.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aberbach, J.D. y Christensen, T. (2005). *Citizens and consumers: An NPM dilemma*. *Public Management Review*, 7, 2, 225-245.
- Albretch K., (1994). *Todo al poder del cliente*. España: Editorial Paidós
- Ander-Egg.E.,(2010).*Aprender a Investigar: nociones básicas para la investigación social*.Editorial Brujas
- Aroquipa Ebert. (2018) “Calidad de atención y satisfacción de los clientes que acuden al banco de la nación agencia Ayaviri 2016”
- Bejarano, L. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016*. [ARCHIVO PDF]
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/421/bejarano_chl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Berry L., (2015), *Hacia un proceso de calidad total*. Editorial Mc Graw Hill.
- Bouckaert, G. y Van de Walle, S. (2003). Comparing measures of citizen trust and user satisfaction as indicators of ‘good governance’: difficulties in linking trust and satisfaction indicators. *International Review of Administrative Sciences*. Vol. 69. N. 3, pp. 329-343.
- Brogowicz, Andrew A.,Linda M.y Lyth , David M, (1990) "A Synthesised Service Quality Model with Managerial Implications", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 1 Issue: 1, pp.27-45, <https://doi.org/10.1108/09564239010001640>
- Cauas Daniel (2006) *Guía para presentación de proyectos de investigación*
- Caballero, A. (2016). *Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016*.
- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la Investigación Científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. San Marcos
- Centro Latinoamericano de Administración para el desarrollo CLAD.(2008) *Carta Iberoamericana de Calidad en la Gestión Pública*. [Archivo PDF]
https://observatorioserviciospublicos.gob.do/baselegal/carta_iberamericana_de_calidad.pdf
- Chambi J. (2014) *Evaluación de la calidad de servicios y su incidencia en la satisfacción del cliente según el modelo servqual para el ministerio público de la ciudad de puno, periodo 2014*
- Christensen, T. y Lægreid, P. (2002). *New Public Management: Puzzles of Democracy and the Influence of Citizens*. *Journal of Political Philosophy*. Vol. 10, N. 3, pp. 267–295.



- Cronin, J.J. J y Taylor, S.A. (1992) "Servpef versus servqual: Reconciling performance- Based and Perceptions-Minus- Expectations Measurement of Service Quality" *Journal of Marketing*, vol. 58, pp. 125-131.
- Cronin, J.J. J y Taylor, S.A. (1994) "Measuring Service Quality : A reexamination and Extension". *Journal of Marketing*, vol, 56, Julio, pp. 55-68
- Crosby, Philip B. (1988) *Dinámica gerencial: el arte de hacer que las cosas ocurran*. Mc Graw-Hill
- DeHoog, R.H.; Lowery, D. y Lyons, W.E. (1990). *Citizen Satisfaction with Local Governance: A Test of Individual, Jurisdictional, and City-Specific Explanations*. *The Journal of Politics*. Vol. 52, pp. 807-837.
- Deming, William Edwards. (1989) *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. : Ediciones Díaz de Santos, p 17
- Denhardt, R. B. y Denhardt, J. V. (2003). *The New Public Service: Serving Rather than Steering*. Nueva York: M. E. Sharpe.
- Diaz, C. (2018). *Calidad en el servicio y la satisfacción de los usuarios de la caja Municipal de Sullana. S.A. del Distrito de Huacho, 2018*. Tesis de postgrado. Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrion.
- Duque, E (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. *Revista de ciencias administrativas y sociales*. Universidad Nacional de Colombia. [Archivo PDF]
<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>
- Guillermo, F. (2018). *Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la subgerencia de bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018*. Tesis de postgrado. Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrion.
- Gordillo, A. (2017). *Tratado de derecho administrativo y obras selectas. Tomo 8, Capítulo 11* [Archivo PDF]
https://www.gordillo.com/pdf_tomo8/capitulo11.pdf
- Douglas Hoffman, K., Bateson, J.E.G. (2012), *Fundamentos de Marketing de servicios*. Cengage Learning Latin America
- Gronroos, C. (1988). *Calidad del Servicio: Los seis criterios para que un servicio sea percibido como bueno*. *Review of Business*, Vol.9 Verano.
- Giese, J.L. y Cote, J.A. (2000). *Defining consumer satisfaction*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, nº 5, pág. 34 – 67
- Gupta, S. and Zeithalm, V. (2005). *Customer Metrics and Their Impact in Financial Performance*, pág. 1-49. Artículo no publicado.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista Lucio P., (2014), *Metodología de la Investigación*, (Quinta Edición), Mexico: Editorial Mc Graw Hill.



- Haque, M.S, (1999). *Relationship between citizenship and Public Administration: a reconfiguration*. International Review of Administrative Sciences. Vol. 65. N. 3, pp. 309-325.
- Haque, M.S. (2001). *The Diminishing Publicness of Public Service under the Current Mode of Governance*. Public Administration Review. Vol. 61, N. 1, pp. 65-82.
- Hill, N. y Jim, A. (2001). Manual de satisfacción del cliente y evaluación de la fidelidad. AENOR.
- Huancollo, J. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco -Huancane -Puno,2017*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrion.
- Hueso, Andrés y Cascant M° Josep (2012) Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación. Editorial Universitat Politècnica de Valencia
- Ibarra,Luis y Casa, Emma. (2015). *Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel,Hermosillo:una medición de la calidad en el servicio*. En:Contaduría y Administración. 2015, vol. 60, n°1.p 229-260.
- Imai, Masaaki (1998): “Cómo implementar el Kaizen en el sitio de Trabajo” (Gemba). Editorial Mc Graw Hill, págs. 314.
- Jacobucci, D.,Grayson, K., Ostrom,A.,(1995), Distinguiendo entre Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente: La Voz del Consumidor. Journal Of Consumer Psychology, 1995, Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Vol.4. Verano, p. 277-303
- Jansen, A., y Olnes, S. (2016). The nature of public e-services and their quality dimensions. *Government Information Quarterly*, 33(4), 647–657.
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.08.005>
- Juran, Joseph M. (1990) La planificación para localidad. Ediciones Díaz de Santos, p 145
- Lovelock, C., y cols. (2011). Administración de servicios. Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. México: Pearson Educación.
- Kotler P., Bloom P. y Hayes T., (2004), El marketing de servicios profesionales. Editorial Paidós
- Lehtinen, U. and Lehtinen, J.R. (1982) A Study of Quality Dimensions. Service Management Institute, 5, 25-32.
- Lota, F. (2014). *Satisfacción del Cliente del Servicio de Defensa del consumidor de la Municipalidad de Ensenada. La Plata*. [ArchivoPDF]
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/47054>
- Maqueda La Fuente,J., Llaguno Musons, J.I., (1995) Marketing estratégico para las empresas de servicio. Madrid: Ediciones Diaz de Santos. 80



- Marvel, J. D. (2016). Unconscious Bias in Citizens Evaluations of Public Sector Performance. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 26(1), 143–158. <https://doi.org/10.1093/jopart/muu053>
- Melendez, F. (2017). *Calidad del servicio y valor percibido por el cliente del area de operaciones del Banco de Credito del Peru agencia huamachuco, año 2016*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Monje, Carlos A. (2011) Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Guía didáctica. Universidad Surcolombiana. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Neiva, 2011
- Morgeson, F. V. y Petrescu, C. (2011). *Do They All Perform Alike? An Examination of Perceived Performance, Citizen Satisfaction and Trust with US Federal Agencies*. *International Review of Administrative Sciences*. Vol. 77, N. 3, pp. 451-479.
- Morillo, M. (2009) en su tesis “La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida* Venezuela
- North West Territories Government (2014) Citizens first7.[Archivo PDF] https://www.fin.gov.nt.ca/sites/fin/files/cf7_jurisdictional_report_nwt_final_pdf.pdf
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Pareja, A. (2018). *Simplificando vidas: Calidad y satisfacción con los servicios públicos*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Peñaloza, G. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el Banco de la nación Puno 2015*. Andina Nestor Caceres Velasquez, Puno.
- Quispe Fernández, G.M. y Ayaviri Nina V. D.(2016).*Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo*. [Archivo PDF] <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>.
- Reyna Alfaro,L.M. y Ventura Saavedra,K. (2013). Los servicios públicos en el Perú: Una visión preliminar [Archivo PDF] <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2544/25.pdf>
- Robertson, R. y Ball, R. (2002). *Innovation and Improvement in the Delivery of Public Services: The Use of Quality Management within Local Government in Canada*. *Public Organisation Review: Global Journal*. Vol. 2, N. 4, pp. 387-405.
- Saxena, K.B.C. (2005). *Towards excellence in e-governance*. *International Journal of Public Sector Management*. Vol. 18. N. 6. 2005.
- Secretaria de Gestión Pública. (2013).*Política Nacional.de Modernización de la gestión Pública al 2021* [Archivo PDF] <http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2013/05/PNMGP.pdf>



- Secretaria de Gestión Publica. (2015). *Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en la Entidades de la Administración Pública*. [Archivo PDF] <https://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2016/10/manual-atencion-ciudadana.pdf>
- Secretaria de Gestión Publica. (2019) *Norma técnica para la gestión de la calidad de servicios en el sector público* [Archivo PDF] <https://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2019/02/Norma-T%c3%a9cnica-para-Calidad-de-Servicios.pdf>
- Selman,H.(2017).Marketing digital. Casa editora Ibukku
- Subdirección de Licencias de Conducir. (2019). *Informe N°01- 2019-GR-PUNO/DRTCP-DCT-SDLC*.
- Teas,R.K.(1993):Expectations, Performance Evaluation and Consumer's Perceptions of Quality, *Journal of Marketing*, 57(4),pp.18-34
- Teicher, J.; Hughes, O. y Dow, N. (2002). *E-government: a new route to public sector quality*. *Managing Service Quality*. Vol. 12. N. 6. Pp. 384-393.
- Triola,M.F.(2004).Probabilidad y Estadística.Pearson Education.
- Van Ryzin, G. G. (2004). "The measurement of overall citizen satisfaction". *Public Performance and Management Review*, 27, 3, 9-28.-- (2009) "La percepción ciudadana de la regularidad de las carreteras: Evidencia empírica desde Nueva York y sus implicaciones para la medición comparada del rendimiento de la actividad pública", *Revista Internacional de Ciencias Administrativas*, vol. 74, 4.
- Van de Walle, S. y Bouckaert, G. (2006). Public service performance and trust in government: The problem of causality. *International Journal of Public Administration*, 26, 8/9, 891-913.
- Vigoda, E. (2002). *From responsiveness to collaboration: Governance, citizens, and the next generation of public administration*. *Public Administration Review*. Vol. 62, N. 5, pp. 527-540.
- Westbrook, Robert A. (2016). Intrapersonal Affective Influences on Consumer Satisfaction with Products. *Journal of Consumer Research*. Vol. 7. June. p. 49-54.
- Yamada Fukusaki, G. y Montero de la Piedra, R. (2011). *Corrupción e inequidad en los servicios públicos en el Perú* [Archivo PDF]. <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1435>
- Yarlaque, Y. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la zona registral N° VI – sede Pucallpa, 2018. Tesis de postgrado. Pucallpa. Universidad Cesar Vallejo.



ANEXOS

ANEXO 1: Cuestionarios

ENCUESTA DE CALIDAD DEL SERVICIO

En la Universidad Nacional del Altiplano estamos efectuando una investigación sobre la calidad del servicio en la subdirección de licencias de conducir de Puno. Para ello necesitamos de su colaboración, por lo que le agradeceríamos que nos contestara a esta encuesta. La información que nos facilite será totalmente confidencial y se utilizará exclusivamente con fines estadísticos.

1. Valore los siguientes aspectos del servicio en una escala de 1 a 5. Marque su respuesta con una X.
1= MUY EN DESACUERDO 2= EN DESACUERDO 3=NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO,
4=DE ACUERDO 5=MUY DE ACUERDO

ÍTEMS PARA VALORAR EL SERVICIO	¿CÓMO PENSÓ QUE SERÍA?	¿CÓMO EN REALIDAD ES?
1. Los equipos informáticos se ven modernos.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
2. Las instalaciones son visualmente atractivas.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
3. Los empleados presentan una apariencia muy bien cuidada	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
4. Los materiales impresos son visualmente atractivos.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
5.La subdirección cumple lo que promete con respecto al servicio.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
6. La Subdirección demuestra un interés real por resolver por solucionar problemas relacionados con el servicio.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
7.La realización del servicio se efectúa correctamente la primera vez.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
8. Finalización del servicio en el tiempo prometido	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
9. El servicio es entregado libre de errores.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
10.Se comunica a los usuarios cuándo concluirá exactamente el servicio.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
11. Rapidez en el servicio ofrecido por los empleados.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
12. Disposición del personal para ayudar a los usuarios.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
13. Disposición de los empleados para responder preguntas de los usuarios.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
14. El comportamiento de los empleados genera confianza.	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5



9.- Esta Ud. Satisfecho con el tiempo que le llevó conseguir la ayuda que necesitaba.	1-2-3-4-5
10.- El personal lo trató con cortesía.	1-2-3-4-5
11.- El personal lo trató justamente.	1-2-3-4-5
12.- El personal entendió sus necesidades.	1-2-3-4-5
13.- Se sintió cómodo durante el proceso del servicio.	1-2-3-4-5
14.- El personal hizo todo lo posible por atender sus necesidades.	1-2-3-4-5
15.- El personal de servicio estaba bien informado	1-2-3-4-5
16.- Confío en que cualquier asunto futuro será tratado eficientemente.	1-2-3-4-5
17.- Cualquier problema que encontró en el proceso de servicio se resolvió fácilmente.	1-2-3-4-5
18.- Cualquier queja que hizo sobre su experiencia de servicio fue canalizada adecuadamente.	1-2-3-4-5
19.- Recibir el servicio que quería era fácil.	1-2-3-4-5
20.- Se sintió bien con la experiencia de servicio que tuvo.	1-2-3-4-5
21.- El servicio es igual al mejor servicio ofrecido en cualquier otra institución.	1-2-3-4-5
22.- La experiencia de servicio superó sus expectativas.	1-2-3-4-5
23.- Hablaría positivamente a los demás sobre su experiencia de servicio.	1-2-3-4-5
24.- El servicio que experimentó aumentó su confianza en el servicio público	1-2-3-4-5
25.- En general, está satisfecho con el servicio que recibió.	1-2-3-4-5



ANEXO 2: Manual y protocolo de Atención al cliente.

PROPUESTA DE LINEAMIENTOS DE MEJORA

La presente propuesta se orienta mejorar la percepción de la calidad del servicio de la subdirección de licencias de conducir de Puno.

Propuesta 1. Brindar a los empleados un apoyo efectivo en cuanto a los medios y recursos para servir efectivamente a los usuarios.

Estas acciones deberán ser tomadas por la dirección de circulación terrestre, bajo cuya administración se encuentra la subdirección de licencias de conducir.

- Anticipar las fallas tecnológicas en la prestación del servicio y tomar medidas preventivas o correctivas, cuando corresponda.
- Establecer procedimientos claros y flexibles para asegurar la mejora continua.
- Solicitar que los sistemas de registro nacional puedan contar con servidores de respaldo y que la estructura de servicio esté efectivamente preparada para brindar un excelente servicio a los usuarios.

Propuesta 2. Capacitación en servicio al cliente, que permita una mejor interacción con los usuarios.

El saber hacer y mostrar empatía es un aspecto clave para el éxito de una organización, para lo cual es fundamental brindar a los trabajadores herramientas necesarias que les permita desenvolverse con eficiencia y aprender a manejar situaciones de contingencia.

Se propone el siguiente manual y protocolo de atención al usuario.



 <small>DIRECCIÓN REGIONAL DE TRANSPORTES COMUNICACIONES VIVIENDA Y CONSTRUCCIÓN - PUNO</small>	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

DIRECCIÓN DE TRANSPORTES COMUNICACIONES VIVIENDA Y CONSTRUCCIÓN

DIRECCIÓN DE CIRCULACIÓN TERRESTRE SUBDIRECCIÓN DE LICENCIAS DE CONDUCIR



MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL USUARIO





	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN.....	109
1. OBJETIVO:	110
2. RESPONSABLES	110
3. ALCANCE.....	110
4. ENFOQUE EN EL CIUDADANO.....	110
4.1. Concepto de Ciudadano	111
4.2. Derechos y deberes del ciudadano	111
4.3. Atributos del Buen Servicio	112
4.4. Beneficios de una atención con calidad	114
5. PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN A LOS CIUDADANOS.....	115
5.1. Protocolo de atención.....	115
5.2. Factores importantes en la atención presencial	116
5.3. Conducta del Personal de Atención a los usuarios.....	117



	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

PRESENTACIÓN

La vocación de servicio debe acompañar a los servidores públicos de la Subdirección de Licencias de Conducir de Puno. Para esto es importante tener presente tres valores que acompañan a esta vocación: Respeto, Seguridad y Transparencia.

Se debe estar dispuesto, a servir a la comunidad, con la particularidad de ejecutar cada vez mejor sus funciones a fin de generar confianza en el ciudadano-cliente. La atención al ciudadano- cliente es la razón de ser y el objetivo de satisfacer sus necesidades es en el que se estructura la prestación del servicio.

La atención eficiente y con calidad permite un acercamiento más amable, cómodo, natural y sencillo. Este manual se expide para contribuir a perfeccionar la labor desempeñada de manera homogénea y con alta calidad de los servicios que presta la Subdirección de Licencias de Conducir de Puno.



	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

1. OBJETIVO:

Con este manual de atención al ciudadano se quiere proporcionar a los servidores públicos, responsables de brindar atención a los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno, de lineamientos para la adecuada prestación del servicio.

RESPONSABLES

Este manual de atención al ciudadano está dirigido a todos los servidores públicos que ejercen funciones públicas en la subdirección de licencias de conducir, comprometidos con el servicio y atención al ciudadano, debido a que, por su desempeño en cargos, funciones y/o actividades, constantemente interactúan con los demás miembros de la sociedad, se hace necesario el establecimiento de estándares de relación y comportamiento. En este se establecen reglas y procedimientos que se deben llevar a cabo para garantizar una adecuada prestación del servicio a las personas que se apersonan a la subdirección de licencias de conducir de Puno.

ALCANCE

Desde el momento en que se tiene el primer contacto con el ciudadano, gestionando su trámite, solicitud de información y/o orientación, realizados a través de los canales de atención dispuestos por la subdirección de licencias de conducir; hasta la conclusión de la entrega del servicio al ciudadano en términos de oportunidad, evaluando el nivel de satisfacción del ciudadano y adoptando medidas para el mejoramiento de este.

ENFOQUE EN EL CIUDADANO

Para la administración de la Dirección de Circulación Terrestre, el servicio y la atención que se ofrece a la comunidad debe ser prestado en función del ciudadano y con criterios de calidad y oportunidad, para que cuando estos se acerquen a la subdirección de licencias de conducir, para solicitar algún servicio, realizar un trámite y/o para resolver una inquietud sientan que desde la dirección se promueve un esfuerzo por satisfacer de manera amable y eficaz sus requerimientos y solicitudes.



 DIRECCIÓN REGIONAL DE TRANSPORTES, COMUNICACIONES VERTICALES Y CONSTRUCCIÓN - PUNO	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

En la transformación de lo social y en el marco de la política de modernización de la gestión pública, que busca la generación de valor público y el incremento de la confianza de los ciudadanos en las entidades y los servidores públicos, se procura a través de una atención basada en el conocimiento y asertividad, brindar al ciudadano información pertinente y veraz.

Bajo esta premisa, la subdirección de licencias de conducir orienta sus funciones hacia la mejora continua de sus procesos internos, la entrega de productos y servicios que cumplan con los requisitos y expectativas de los ciudadanos, la amabilidad, la comprensión y orientación de los servidores públicos y la optimización de los recursos, con el fin garantizar la excelencia en el servicio al ciudadano. La vocación de servicio al ciudadano es un compromiso en la prestación de servicio, con este manual se pretende entregar un servicio equilibrado que proporcione satisfacción.

4.1. Concepto de Ciudadano

El ciudadano es una persona que hace parte de una sociedad, lo que conlleva a una serie de derechos y deberes que cada uno debe cumplir y hacer cumplir. En términos de calidad se llama cliente, los clientes son aquellos ciudadanos o entidades que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que la entidad puede satisfacer. Así el ciudadano es:

- La persona que demanda servicios y bienes cumpliendo requisitos y condiciones específicas.
- La persona que, durante el proceso de prestación del servicio, aporta diferentes experiencias, actitudes, emociones, necesidades y problemas, generando oportunidades de aprendizaje a la institución.

4.2. Derechos y deberes del ciudadano

Derechos del ciudadano

- Obtener información correcta sobre los servicios de la entidad.
- Ser orientado de manera adecuada y oportuna.
- Recibir respuestas correctas y oportunas a sus peticiones, quejas y reclamos.



 DIRECCIÓN REGIONAL DE TRANSPORTES COMUNICACIONES VIALIDAD Y CONSTRUCCIÓN - PUNO	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

- Recibir trato digno y respetuoso, sin discriminación por motivos de raza, sexo o religión.
- Acceder a los documentos públicos, salvo los casos restringidos por la Ley.

Deberes del ciudadano

- Elevar las solicitudes de trámite adjuntando todos los requisitos necesarios.
- Cuidar, conservar y no alterar los documentos que le son entregados.
- Tratar con respeto al servidor público que lo atiende.

4.3. Atributos del Buen Servicio

Tener actitud de servicio es tener la firme convicción de que es un honor servir y brindar una plena satisfacción al ciudadano. En tanto, existen algunas reglas para conseguir la tan ansiada satisfacción del usuario, estas más bien se pueden definir como un conjunto de actividades, que se realizan frente al ciudadano para satisfacer sus necesidades, por lo tanto, el servicio debe demostrar calidad y se debe garantizar que se ofrezca un adecuado sistema al ciudadano que contribuya a la solución de los inconvenientes en caso de presentarse, lo que incluye, rápida atención del problema y también el ofrecimiento de servicios adicionales.

- El servicio puede definirse en satisfactorio o no teniendo en cuenta las siguientes apreciaciones:
- El funcionario debe conducirse con cortesía, honestidad y veracidad.
- El funcionario debe de entregar información verídica y oportuna a los ciudadanos, para darle confianza.
- El ciudadano también participa en el desarrollo del servicio.
- Se enmarca en condiciones de tiempo como la puntualidad y la disponibilidad de los funcionarios.
- Para brindar un servicio de calidad, los servidores públicos de la subdirección de licencias de conducir de Puno deben cumplir con ciertos atributos del servicio, relacionados con la expectativa que el ciudadano tiene sobre el servicio que necesita y éstos son:



	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

Enfoque al cliente: la razón de ser de las entidades gubernamentales es prestar un servicio dirigido a satisfacer a sus usuarios; por lo tanto, es fundamental que los funcionarios públicos comprendan cuáles son las necesidades actuales y futuras de los usuarios, para que cumplan con sus requisitos y se esfuercen por exceder sus expectativas.

Participación de los servidores públicos que ejercen funciones públicas: Es el compromiso de los servidores públicos lo que permite el logro de los objetivos de la entidad y sus actuaciones deben estar basadas en el buen servicio a la comunidad como la razón de ser de la entidad.

Respuesta diligente: la cultura de una respuesta oportuna y efectiva dada con respeto por parte del servidor público marcará positivamente al ciudadano que llega a tramitar su licencia de conducir.

Oportunidad y calidad en la Información: En el momento adecuado, cumpliendo los términos acordados con el usuario. Los usuarios necesitan información y aprecian que esta les sea dada de manera oportuna, clara y completa. Respuestas como “No sé...”, “Vuelva mañana” o “Eso no me corresponde a mí...” son percibidas por el usuario como un mal servicio, siempre se espera que el servidor público vaya más allá de responder a sus preguntas.

Facilidad de acceso: Esto incluye: facilidad de circulación, posibilidad de descansar mientras es atendido, buen ambiente en el punto de servicio al ciudadano, iluminación, señalización, organización, ver en cada acto la imagen organizacional de la subdirección de licencias de conducir de Puno.

Disponibilidad para la Atención: Esto implica:

Presentación personal: la presentación personal influye en la percepción del ciudadano respecto al servidor público y a la entidad. Por eso, es importante mantener una buena presentación personal y mantener el fotocheck siempre visible, a fin de guardar adecuadamente la imagen institucional.

Confiabilidad: Usar la lógica común para resolver los inconvenientes que se presenten. Esto también implica veracidad en las respuestas y compromisos.

	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

Amabilidad: La atención suministrada a los ciudadanos debe ser respetuosa, gentil y honesta, teniendo una especial consideración con la situación por la que acuden a la entidad. Identificar la entidad y presentarse, ofrecer una frase de cortesía al ciudadano.

Efectividad y agilidad: Que la atención brindada sea ágil y coherente con lo que es objeto de solicitud, requerimiento o petición, que las respuestas: sean claras a sus preguntas, que la orientación sea precisa y que se resuelva lo solicitado.

Puntualidad y Oportunidad: Que la Atención al Ciudadano se preste en el momento que corresponde, en el tiempo establecido y en el instante requerido.

Solidaridad: El ciudadano debe sentir que es importante y que su inquietud será atendida de la mejor forma posible. El servidor deberá ponerse en el lugar del ciudadano para entender su necesidad y ayudar en la solución y seguimiento al desarrollo de sus trámites.

Responsabilidad: El servidor público debe estar debidamente preparado, actualizado y enterado para proporcionar información confiable a los usuarios.

Sinceridad y precisión: Cuando averiguan por el estado real de su petición, tener la firme voluntad de entregar lo que el usuario espera.

Se logra un servicio de calidad, cuando además de prestarlo cumpliendo los atributos anteriormente descritos, se evalúa el nivel de satisfacción del ciudadano y se adoptan y aplican las acciones de mejoramiento.

4.4. Beneficios de una atención con calidad

Una atención o servicio al ciudadano con calidad redundará en beneficios para quienes brindan la atención a los diferentes miembros de la comunidad, estos beneficios son:

- Buscar comprender verdaderas necesidades y expectativas del Ciudadano.
- Se asegura de que los objetivos de la administración de la subdirección de licencias de conducir, si están relacionados con las necesidades de los ciudadanos.
- Se produce un aumento de confianza y credibilidad de la ciudadanía hacia el servidor público.



	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

- Se obtiene satisfacción por la atención brindada o los resultados del servicio.
- Se reducen las ocasiones para prácticas indebidas.

PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN A LOS CIUDADANOS

En la Subdirección de licencias de conducir de Puno, todo servidor público deberá cumplir con las siguientes normas para la atención al ciudadano-cliente; estas normas se deben seguir por practicidad, cortesía y/o diplomacia

en la atención de los requerimientos o solicitudes de los usuarios teniendo en cuenta estas tres (3) etapas básicas:

Apertura: inicia con un saludo, genera un acercamiento al usuario y darle la bienvenida. Cuando salude al usuario, hágalo mirándole directamente a los ojos y sin esperar que sea éste quien lo que salude primero.

Análisis y comprensión: muestre una actitud de escucha activa y observación para que usted pueda brindarle al ciudadano un servicio eficiente. Enfóquese en los puntos básicos del diálogo, y sobre todo mantenga la neutralidad, es decir, no tome partido de las opiniones y juicios que el ciudadano exprese.

Intervención y solución: aquí se realiza la prestación del servicio y la atención al ciudadano; en ella se busca dar solución a las necesidades y se concreta la información que se le debe brindar al mismo.

5.1. Protocolo de atención

El propósito es ofrecer a los ciudadanos que se acercan a la subdirección de licencias de conducir de Puno, un trato amable y justo. Esta actitud debe extenderse desde la primera persona que recibe a los ciudadanos en la entrada hasta quien finalmente los despide.

Todo el personal de contacto deberá seguir las siguientes normas de protocolo:

- Dirigir la vista al usuario desde el momento en que se acerque a la dependencia y saludar de la siguiente manera: “**Buenos días/tardes, mi nombre es, ¿en**



	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

qué puedo servirle?”

- La atención personal al ciudadano debe ser prioritaria, por ningún motivo converse con sus compañeros de oficina, ni hable por teléfono mientras
- esté atendiendo a un ciudadano, ni lo haga esperar para atender asuntos personales.
- Hable en un tono moderado, audible y vocalice bien, mirando a su interlocutor.
- No tutee a los usuarios, ni utilice palabras o muletillas; en lo posible diríjase a la persona por su nombre antecedido de “señor(a) o señorita” y demuestre amabilidad.
- Proporcione toda la información relacionada con el servicio que el ciudadano requiere.
- Evite coloque el celular personal sobre la mesa de atención, manténgalo en silencio desde el inicio hasta el final de la jornada de atención.
- Evite hablar por celular y menos en voz alta mientras atiende al usuario.
- Indique claramente, al ciudadano, la fecha de recojo de la licencia de conducir y en qué dependencia deberá hacerlo.
- Finalmente, pregúntele al ciudadano si hay algo más en lo que usted puede ayudarle, y despídase con cordialidad.

5.2. Factores importantes en la atención presencial

La voz: La modulación debe adaptarse a diferentes situaciones, con el fin de que la información sea comprensible para el usuario.

El aspecto: La presentación personal puede influir en la percepción que tiene la ciudadanía respecto a la subdirección de licencias de conducir de Puno. Recuerde siempre mantener visible su identificación.

Expresividad en el rostro: Generalmente el rostro es el primer punto en el que el usuario se fija. Por ello es fundamental mirar al usuario, demostrando interés, actitud de escucha y reflejar seguridad en la información que se está dando.

El puesto de trabajo: el cuidado y apariencia del puesto de trabajo tienen un impacto



	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

inmediato en la percepción del usuario; si está desordenado y lleno de elementos ajenos a la labor, dará una sensación de desorden y descuido, por lo tanto, el servidor público debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

Para proyectar una imagen de planeación, preparación y disposición de atención al ciudadano, antes de iniciar la jornada, revise que estén disponibles los elementos necesarios para la atención (documentos, computador, impresora, engrapadora, etc.).

Verificar el orden y aseo del puesto de trabajo y guardar los elementos personales y aquellos que afecten su estética en un lugar fuera de la vista del ciudadano.

Evitar el uso de elementos distractores tales como radios, audífonos, revistas, juegos, afiches, letreros o imágenes que contaminen visualmente su lugar de trabajo y revisar el volumen de los aparatos telefónicos como teléfonos fijos y dispositivos móviles.

Los momentos de descanso y consumo de alimentos y bebidas se desarrollan fuera de los puestos de trabajo.

5.3. Conducta del Personal de Atención a los usuarios

Personal de Seguridad:

- Permitir el ingreso a los usuarios en el horario de atención establecido.
- Saludar con cordialidad diciendo “Buenos Días/Tardes”, “Bienvenido ...”
- Orientar a los usuarios sobre la dependencia a la cual debe dirigirse.

Servidores públicos que ejercen funciones públicas de atención inicial al usuario:

- A los Servidores públicos que ejercen funciones públicas de atención directa al ciudadano les corresponde:
- Saludar amablemente al ciudadano.
- Establecer el tipo de servicio que requiere el ciudadano y proveer con información acerca de los requisitos necesarios, según el tipo de trámite a realizar.
- Responder a las preguntas del usuario y darle toda la información que requiera de forma clara y precisa, con base en documentos oficiales de la Entidad que



	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

contengan los requisitos para los trámites o servicios, la forma de presentar la documentación y las ventanillas establecidas para ello.

- Indicarle la ventanilla a la cual debe dirigirse para completar el trámite. Por Ejemplo: **“Bienvenido/a, mi nombre es (Roger Pino) ¿qué trámite desea realizar? La lista de requisitos está aquí. Por favor, diríjase a..”**.

Servidores públicos responsables de la atención a los usuarios:

- Saludar haciendo contacto visual y manifestando con la expresión de su rostro la disposición para servir. Por ejemplo: **“Buenos días/tardes”, “Bienvenido/a”, “Mi nombre es (Sandro Pérez), ¿en qué le puedo servir?”**.
- Pedirle el Documento de Identidad, usar el nombre para dirigirse a él, anteponiendo “Señor” o “Señora”.
- Dedicarse en forma exclusiva al ciudadano que está atendiendo y escucharlo con atención.
- Verificar que entienden el requerimiento con frases como: **“Entiendo que usted requiere...”**.
- Verificar que el usuario tenga todos los documentos necesarios para realizar su trámite.
- En caso de que el usuario no traiga alguno de los documentos solicitados para la realización de su trámite, indicarle qué falta e invitarlo a regresar cuando la documentación esté completa.
- Si debe retirarse del puesto de trabajo para realizar alguna gestión relacionada con la solicitud del ciudadano, diríjase a él para explicarle por qué debe hacerlo y ofrecerle un cálculo aproximado del tiempo que tendrá que esperar y al regresar, decirle: **“Gracias por esperar”**.
- Indicarle cuándo y en qué dependencia deberá hacer el recojo de la licencia de conducir. Como regla general, preguntar: **“¿Hay algo más en que pueda servirle?”**.
- Despedirse con amabilidad, llamando al usuario por su nombre y anteponiendo el “Sr.” o “Sra.”

	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

Ante situaciones con ciudadanos que se les dificulta expresarse:

- Realizar las preguntas necesarias para tener claro su requerimiento: Indagando, formulando preguntas abiertas y/o cerradas.
- Las preguntas abiertas sirven para establecer necesidades, definir problemas y obtener más información.
- Las preguntas cerradas sirven para clarificar lo que se ha dicho, confirmar un trámite o servicio.

Atención a personas alteradas:

- En muchas ocasiones llegan a la subdirección de licencias de conducir, ciudadanos inconformes, confundidos, ofuscados, o furiosos, a veces por desinformación. En estos casos, se recomienda: Mantenga una actitud serena y mire al ciudadano a los ojos; no se muestre agresivo verbalmente ni con los gestos ni con la postura corporal; es decir; mantener la postura recta, relajada, evitando cruzar los brazos y hacer movimientos exagerados.
- Deje que el ciudadano se desahogue, escúchelo atentamente, sin interrumpirlo ni entablar una discusión con él, evite decirle que se calme o calificar su actitud.
- No tome la situación como algo personal: el usuario se queja de un servicio, no de la persona.
- No pierda el control; conserve siempre la cortesía, la tolerancia, los buenos modales y el respeto por el usuario.
- Use frases como **“sí señor, entiendo su posición...”**; **“lo comprendo”**, **“claro que sí”**, que demuestran conciencia de la causa y el malestar del ciudadano.
- De alternativas de solución, si es que las hay, y comprométase sólo con lo que se pueda cumplir.

Cuando la respuesta al procedimiento es negativa:

- No siempre se puede dar trámite al requerimiento del usuario. Por lo anterior, cuando se niegue una solicitud las cosas deben explicarse como son, sin rodeos, pero ofreciendo todas las aclaraciones necesarias para que el ciudadano



	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

comprenda la razón; algunas pautas que pueden ayudar a que la negativa sea mejor recibida son:

- Explique con claridad y sin tecnicismos los motivos por los que no se puede acceder al requerimiento.
- Provea información que ayude a solucionar aceptablemente la petición y le demuestren al usuario que es importante y que la intención es prestar un servicio de calidad a pesar de las limitaciones.
- Asegúrese de que el ciudadano entendió la respuesta, los motivos que la sustentan y los pasos por seguir, si los hay.

Exhortaciones Adicionales:

- Cumpla estrictamente con su horario de trabajo; en lo posible preséntese en su puesto de trabajo 10 o 15 minutos antes de iniciar la jornada laboral.
- Permanezca siempre en su puesto de trabajo; en caso de dejarlo procure que sea por un corto periodo de tiempo y asegúrese de que alguno de sus compañeros esté atento a reemplazarlo durante su ausencia.
- El saludo debe ser uniforme, independientemente del funcionario que reciba al ciudadano, para darle el carácter homogéneo al servicio.
- Mirar al ciudadano desde el momento en que se acerque a la dependencia y salude de inmediato, de manera amable y sin esperar a que sea él quien salude primero.
- Suspenda lo que está haciendo antes de que llegara el ciudadano que se dispone a atender; esto le hará sentir que usted está dispuesto a brindarle toda su atención.
- Dar al ciudadano completa y exclusiva atención durante el tiempo de consulta, por ningún motivo converse con sus compañeros de oficina, ni hable por teléfono de temas diferentes a los laborales mientras esté atendiendo a un usuario, ni lo haga esperar a fin de atender asuntos personales; esto refleja una imagen de responsabilidad frente a sus funciones.
- No tutee a los ciudadanos, diríjase a la persona por su nombre antecedido de “Señor(a) o señorita” y sea amable.



 DIRECCIÓN NACIONAL DE TRANSPORTES, COMUNICACIONES Y ENERGÍA Y CONSTRUCCIÓN - PNOE	MANUAL Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código: MA-AC-01
		Versión: 01
		Fecha de Elaboración: 01/02/2021

- Ser prudente en la manera de reír, sentarse, pararse, toser, estornudar, etc.
- En ninguna circunstancia el servidor debe emitir conceptos u opiniones, abstenerse de dar información al ciudadano si no es de su competencia, recuerde que le puede generar falsas expectativas.

ANEXO 3: Matriz de consistencia

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	MÉTODO
<p>Problema General</p> <p>P.G.: ¿Cómo se relacionan la calidad del servicio evaluada bajo los modelos: SERVPERF, SERVQUAL y calidad normalizada; y la satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019?</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>H.G.: Existe una relación positiva entre la calidad del servicio evaluada bajo la aplicación de los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada; y la satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.</p>	<p>Objetivo General</p> <p>O.G.: Determinar la relación de la calidad del servicio evaluada bajo los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada; y la satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno en el 2019.</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>VARIABLE 2:</p> <p>Satisfacción del usuario</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Alcance: Relacional</p> <p>Diseño: No Experimental, Transversal</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Fiabilidad: Elevada</p> <p>Alpha de Cronbach</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>P.E.1.: ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio evaluado bajo los modelos SERVPERF, SERVQUAL y calidad normalizada desde la perspectiva de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019?</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>H.E.1.: Existe un nivel bajo de calidad del servicio evaluado bajo la aplicación de los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada, desde la perspectiva de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>O.E.1.: Determinar el nivel de calidad del servicio evaluada bajo los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada; desde la perspectiva de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.</p>	<p>Método de escalamiento: Likert</p> <p>Población: 28654</p> <p>Muestra: 379</p>	
<p>P.E.2.: ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la de calidad del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019?</p>	<p>H.E.2.: Existe un nivel bajo de satisfacción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.</p>	<p>O.E.2.: Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio proveído por la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.</p>		
<p>P.E.3.: ¿Cuál es la dimensión de la calidad de servicio, evaluada bajo los modelos SERVQUAL, SERVPERF y calidad normalizada que presenta mayor relación con la satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019?</p>	<p>H.E.3.: La dimensión capacidad de respuesta, evaluada bajo los modelos SERVPERF, SERVQUAL y calidad normalizada presenta mayor relación con la satisfacción de los usuarios, de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.</p>	<p>O.E.3: Determinar cuál es la dimensión de la calidad de servicio, evaluada bajo los modelos SERVPERF, SERVQUAL y calidad normalizada que presenta mayor relación con el nivel de satisfacción de los usuarios de la subdirección de licencias de conducir de Puno - 2019.</p>		