

SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LOS TRÁMITES DE LA SECRETARÍA DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE DEL MUNICIPIO DE PUERTO COLOMBIA

Nombre de los estudiantes

MARTHA BEATRIZ ALTAHONA ORTEGA

LUIS JAVIER TOBIO PRICE

Trabajo de Investigación o Tesis Doctoral como requisito para optar el título de ESPECIALISTAS EN GERENCIA E INNOVACIÓN DE EMPRESAS.

Tutores

MAGDA ANDREA MONSALVE PELAEZ

RESUMEN

Conocer el estado y la percepción de la calidad en los servicios de atención al usuario es un factor de suma importancia para la delimitación de objetivos de calidad en una entidad de tipo gubernamental. Esta investigación está enfocada en realizar un primer acercamiento a la percepción con relación a la satisfacción de los ciudadanos que utilizan a la oficina de atención de la Secretaría de Tránsito y Transporte de Puerto Colombia al momento de hacer sus trámites.

Lo anterior, mediante un modelo ServQual de encuesta presencial, que permite establecer los índices de satisfacción de los usuarios; y con base a los resultados de esta, conocer los aspectos de mayor insatisfacción, promulgando recomendaciones en acciones de mejora hacia la entidad.

Antecedentes: En este apartado se presentan diferentes autores de varios países latinoamericanos, así como otros en ciudades de Colombia, que han analizado problemáticas y particularidades de los En este apartado se presentan diferentes autores de varios países latinoamericanos, así como otros en ciudades de Colombia, que han analizado problemáticas y particularidades de los procesos de atención al usuario contextualizadas dentro del objeto de estudio de este documento, entre ellos se describen:

En investigaciones más específicas focalizadas en entidades territoriales se ha tenido el objetivo principal el servicio de diagnóstico a los usuarios de la Autoridad Nacional de Transporte (ANT) de Esmeraldas, Ecuador. Para ello, son de suma importancia los aportes de la Junta Provincial de Seguridad Urbana de Esmeraldas, funcionarios y usuarios. Por lo tanto, se Concluye “que el servicio que se brinda a los usuarios es un componente esencial del clima organizacional de la empresa, por

lo que es importante atender a las personas de manera amable y con calidad para lograr las metas y objetivos de la empresa, lograr buenos resultados y alcanzar las metas corporativas.” (Robles Nazareno, 2017).

En El Salvador, Flores Cisneros et al (2013) desarrollaron un trabajo de investigación como estudiantes de la Universidad del Salvador presentando un plan de formación para el personal administrativo de la Alcaldía de San Pedro Masahuat, incluyendo un perfil de instructor; además de la necesidad de mejorar los métodos de enseñanza y las instalaciones, se debe indicar el contenido de cada módulo, el cronograma, el presupuesto y la evaluación del plan de capacitación, para mejorar el interés de los usuarios de la comunidad. (p.13).

Ya en el contexto colombiano, Linares (2014) nos señala en su trabajo prácticas de gerencia del servicio para las entidades del sector público, que “el objetivo de las instituciones públicas es crear un enfoque holístico para servir a los ciudadanos, asegurando la satisfacción de la mejor dirección estratégica, gestión y provisión de recursos humanos y la medida en que participen, así como aseguren la calidad de los servicios prestados, las normas relativas a servicios cívicos entre otros; a pesar de que la gente no tiene una buena conciencia y no conoce la gestión que realizan las instituciones públicas en Colombia” (p.3).

El autor Rico (2014) en la tesis titulada El desarrollo del proceso de atención al ciudadano de la alcaldía de Pereira a través de la herramienta WEB para evaluar el nivel de PQRS explica que “la calidad de servicio es considerado como uno de los aspectos más importantes de la gestión pública. Su principal objetivo es cumplir con los requerimientos de los usuarios y lograr que todos los procesos de la organización contribuyan a la satisfacción de sus necesidades” (p.8).

Dado esto, las principales fuentes de inicio de identificaciones y análisis en variables de atención al usuario en entidades del orden público nacen de las mismas mediciones de satisfacción e indicadores, tales como se muestra en documentos como el Informe Mensual de PQRS de la Secretaría de Movilidad de Bogotá o los Informes de Gestión de PQRSD del Ministerio de Transporte (Movilidad Bogotá, 2020).

Según Guzmán y Freire argumentan que “También existe una investigación de campo basada en el uso de muestreo no probabilístico intencional aplicando técnicas Cuantitativa y cualitativa para conocer los problemas de servicio a los que se enfrentan los conductores de tráfico y realizar mejoras en el área empresarial aplicando áreas tecnológicas individuales y procesos internos para aumentar la satisfacción del usuario” (Guzmán & Freire, 2020).

Objetivos:

Determinar los índices de satisfacción del usuario de la Secretaría de Tránsito y Transporte del municipio de Puerto Colombia con el fin de emitir estrategias para lograr un mejor resultado en los diferentes grupos de interés y en la prestación del servicio.

- Describir los procesos de atención al usuario en las oficinas de la Secretaría de Tránsito y Transporte de Puerto Colombia.

- Identificar los procesos de atención al usuario que están generando mayor índice de inconformidades en los tramites del Secretaría de Tránsito y Transporte de Puerto Colombia mediante el Modelo ServQual, para determinar la satisfacción del servicio.
- Identificar las dimensiones más importantes derivadas de la aplicación del método ServQual.

Conclusiones: • La principal herramienta implementada como objeto de estudio (Modelo ServQual), permitió evaluar y establecer la percepción del usuario en la prestación del servicio de atención y su respectiva satisfacción.

- El aporte más relevante de esta investigación consiste en la aplicación de una herramienta de diagnóstico de la calidad del servicio (ServQual) y la evaluación de su resultado para la optimización o mejora de los procesos internos en la atención de los usuarios de la Secretaría de Tránsito y Transportes de Puerto Colombia.

- El desconocimiento por parte de la coordinación o dirección de la oficina respecto a conceptos, herramientas y técnicas de servicio al usuario y sistemas de medición, tales como ServQual, limita el desempeño operativo, la eficiencia y la eficacia de las respuestas y soluciones en los trámites hacia el usuario, lo cual devela la necesidad de cualificación en esta materia.

- Se cumplieron los objetivos propuestos en esta investigación al evaluar la percepción de la calidad de servicio que brinda la oficina de atención de la Secretaría de Tránsito y Transportes de Puerto Colombia; y así, proporcionar una serie de recomendaciones de mejora que sirvan de base en la toma de decisiones respecto al incremento de la calidad de servicio percibida por los usuarios.

Palabras clave: Calidad, satisfacción, usuario, índices

ABSTRACT

Knowing the status and perception of quality in user services is a factor of utmost importance for the delimitation of quality objectives in a governmental entity. This research is focused on making a first approach to the perception in relation to the satisfaction of the citizens who use the service office of the Puerto Colombia's Bureau of Transit and Transportation of at the time of doing their procedures.

The above, by means of a ServQual model of face-to-face survey, which allows to establish the satisfaction indexes of the users; and based on the results of this one, to know the aspects of greater dissatisfaction, promulgating recommendations in actions of improvement towards the entity.

Keywords: Quality, satisfaction, user, indexes

REFERENCIAS (colocar a cada artículo el DOI o la URL en caso de no tener DOI)

1. Albrecht, K., & Bradford, L. (1990). La excelencia en el servicio. Colombia: Fondo Editorial Legis.
2. Albrecht, K., & Bradford, L. (1990). La excelencia en el servicio. Colombia: Fondo Editorial Legis.
3. Arellano Cueva, R. (2002). Comportamiento del Consumidor enfoque América. Mexico: McGraw Hill.
4. Arias, F. (2006). El proyecto de investigación: Guía para su elaboración. Caracas.
5. Carrillo Gómez, D., & Fuentes Vidal, D. Y. (2003). Evaluación de la calidad en el servicio con base en percepciones del cliente externo. Departamento de Administración de Empresas, Escuela de Negocios, Universidad de las Américas Puebla.
6. Chiavenato, I. (2006). En Introducción a la Teoría General de la Administración (Septima Edición ed., pág. 110). McGraw-Hill Interamericana.
7. Cruz Herradón, A. (2009). Marketing electrónico para pymes. Alfaomega.
8. da Silva, Douglas; Web Content & SEO Associate; LATAM. (19 de Enero de 2021). Cómo evaluar la atención al cliente a través de la medición de satisfacción. Recuperado el 25 de 11 de 2021, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-evaluar-la-atencion-al-cliente/>
9. DANE. (2019). Encuesta de cultura política (ECP). Recuperado el 2021 de 10 de 19, de <https://www.dane.gov.co/index.php/comunicados-y-boletines/estadisticas-sociales/cultura-politica#informacion-2019>
10. Definiciones y Términos PQRSD. (s.f.). Obtenido de Gov.co: <https://www2.sgc.gov.co/AtencionAlCiudadano/Paginas/DefinicionesYTerminosPQR.aspx>
11. Deming, E. (1986). Fuera de la crisis.
12. Departamento Administrativo de la Función Pública. (2014). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418548/34150781/Manual+Operativo+Sistema+de+Gesti%C3%B3n+Modelo+Integrado+de+Planeaci%C3%B3n+y+Gesti%C3%B3n+MIPG+-+Versi%C3%B3n+2+-+Agosto+2018.pdf/b6f8b53c-91ef-e574-37f1-989fee9dce6b?version=1.1>
13. DNP. (s.f). ABC DE SERVICIO AL CIUDADANO. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Programa%20Nacional%20del%20Servicio%20al%20Ciudadano/ABC%20Servicio%20al%20Ciudadano.pdf>
14. Estentor. (s.f.). www.blog.estentor.es. (Estentor, Editor) Recuperado el 10 de 10 de 2021, de <https://blog.estentor.es/por-que-es-importante-el-marketing-para-el-sector-publico>
15. Finol de Navarro, T., & Nava de Villalobos, H. (1996). Bibliografía de Metodología de investigación.
16. Flores Cisneros, F., Ceron, J., & Recinos, J. (2013). PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL USUARIO DIRIGIDO AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN PEDRO MASAHUAT, DEPARTAMENTO DE LA PAZ. UNIVERSIDAD DE EL

- SALVADOR, La paz, El salvador. Recuperado el 9 de 10 de 2021, de <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/5392/1/TRABAJO%20DE%20INVESTIGACION%20FINAL%20%20PLAN%20DE%20CAPACITACION%20EN%20ATENCION%20AL%20USUARIO%20OCTUBRE%202013.pdf>
17. Galvis, G. I. (2011). *Calidad en la Gestion de Servicios*. Venezuela: Fondo Editorial Biblioteca Universidad Rafael Urdaneta.
 18. Gronroos. (1994). *Gestión y marketing del servicio*.
 19. Guzmán Hernández, R., & Freire Herrera, E. R. (2020). *Plan de capacitación al personal en el servicio de atención al usuario de la unidad de control de tránsito del Cantón Daule*. Guayaquil, Ecuador: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología. Obtenido de <http://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/2494>
 20. Hernandez , R., Fernandez , C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion* . Mc Graw Hill.
 21. Hurtado de Barrera, J. (2000). *Metologia de investigacion Holistica*. Caracas: Fundacion Sydal.
 22. Intertek. (s.f.). *Sistema PQRS (peticiones, quejas, reclamos y sugerencias)*. Recuperado el 2022 de 05 de 30, de Com.co: <https://www.intertek.com.co/sistema-PQRS/>
 23. Intertek. (s.f.). *SISTEMA PQRS (PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS)*. Obtenido de <https://www.intertek.com.co/sistema-PQRS/>
 24. Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es el control total de calidad?*
 25. Kotler, P. (2003). *Los 80 Conceptos Esenciales del Marketing de la A a la Z*. En K. Philip. Pearson Educación S.A.
 26. Labarca, N. (2007). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial*. *Revista Omnia*, 13(2), 158-184. Recuperado el 15 de 09 de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>
 27. Linares González, C. (2014). *PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE EN ENTIDADES DEL SECTOR PÚBLICO*. Obtenido de <https://docplayer.es/15291865-Practicas-de-servicio-al-cliente-en-entidades-del-sector-publico-presentado-por-carolina-linares-gonzalez-presentado-a-jackson-pereira-silva.html>
 28. Lira Mejía, M. C. (2009). *CÓMO PUEDO MEJORAR EL SERVICIO A CLIENTE? Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes*. Primera Edicion. Mexico.
 29. Malagon, G. (2006). *Garantía de calidad en salud*. En *Médica Internacional*. Bogota: 2°.
 30. Martínez Delgado, E., & Lauzardo Rico, J. (2006). *El servicio al cliente: una necesidad imperante en la calidad de la industria*. (Vol. 9). Ciudad de La Habana, Cuba: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Recuperado el 25 de 11 de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225117943007>
 31. Matsumoto Nishizawa, R. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*.

32. Mejías Acosta, A. A., & Manrique Chirkova, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: Una aproximación mediante el análisis de factores. *Revista Ingeniería Industrial*, 43 -47.
33. Millones Zagal, P. (2010). MEDICIÓN Y CONTROL DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN UN SUPERMERCADO. Piura: Universidad de Piura.
34. Movilidad bogota. (2020). Informe de gestion y resultados sdm 2020. Bogota. Obtenido de https://www.movilidadbogota.gov.co/web/sites/default/files/Paginas/05-02-2021/informe_de_gestion_y_resultados_sdm-2020.pdf
35. Münch Galindo, L. (2002). En Más allá de la Excelencia y de la Calidad Total (1a. ed., pág. 306). Trillas, Mexico.
36. Münch, L. (2002). En Más allá de la Excelencia y de la Calidad Total (1a. ed., pág. 306). Trillas, Mexico.
37. Nevado Peña, D., Lopez Ruiz , V., Perez, C., & Zaratiegui, J. R. (2007). Como gestionar el binomio rentabilidad - productividad. Madrid: Especial Directivos.
38. Núñez Cudriz, E. C., & Miranda Corrales , J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. Universidad El Bosque. Cuadernos Latinoamericanos de Administración. doi:<https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915>
39. Orellana Nirian, P. (18 de 12 de 2019). Clima organizacional. Recuperado el 2021 de 10 de 19, de Economipedia.com
40. Pauta Lituma , M. (2015). IMPORTANCIA DEL MARKETING EN EL SECTOR PÚBLICO . Guayaquil: UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL.
41. Pérez, V. (2006). Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. España: Ideaspropias Editorial.
42. Polo Moya, D. (s.f.). Gestionar Facil. Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/entender-al-cliente/>
43. Question Pro. (s.f.). Question Pro. Recuperado el 05 de 04 de 2022, de questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html
44. QUESTION PRO. (s.f.). Escuela de secretarias. Recuperado el 24 de 11 de 2021, de <https://secretarias.pe/2021/08/09/que-es-el-servicio-al-cliente/>
45. QUESTION PRO. (s.f.). Escuela de secretarias. Obtenido de <https://secretarias.pe/2021/08/09/que-es-el-servicio-al-cliente/>
46. Rico Trejos , E. (2014). Evolución del proceso de atención al ciudadano de la alcaldía de Pereira a través de una herramienta WEB para valorar el nivel de PQRS. Pereira. Obtenido de repository.unilibre.edu.co/handle/10901/17939
47. Robles Nazareno, M. (2017). ANÁLISIS DE LA ATENCIÓN AL USUARIO, EN LA AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO DE ESMERALDAS. (P. U. Ecuador, Ed.) Esmeralda, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/982/1/ROBLES%20NAZARENO%20MARCELO%20RODRIGO%20.pdf>
48. Runt. (s.f.). Pagina oficial Runt. Obtenido de <https://www.runt.com.co/sobre-runt/como-funciona-runt>
49. RUNT. (s.f.). Runt.com.co. Obtenido de <https://www.runt.com.co/node/2626>

50. Sampieri. (1997).
51. Servicio Geológico Colombiano. (s.f.). Portal Servicio Geológico Colombiano. Obtenido de <https://www2.sgc.gov.co/AtencionAlCiudadano/Paginas/DefinicionesYTerminosPQR.aspx>
52. Stanton , W., Etzel , M., & Walker , B. (2004). Fundamentos de Marketing (13va ed.). Mc Graw Hill.
53. Tapia, F. (2009). ¿CÓMO PUEDO MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE? Técnica para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes. México: María Carmen Lira Mejía .
54. Zeithaml, V., & Berry, L. (2011). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR. Revista Brasileira de Marketing, 146-162.