

**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO  
ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN EN LA ALCALDÍA DEL  
MUNICIPIO DE MAICAO DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA**

**CAROL JOHENIS BONILLA AVILA  
YULIETH PAOLA ROMERO SOTELO  
INVESTIGADORES**



**UNIVERSIDAD | SHIKII EKIRAJIA  
DE LA GUAJIRA | PÜLEE WAJIIRA**

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA  
CENTRO DE POSTGRADO  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EN CONSTRUCCIONES  
RIOHACHA – LA GUAJIRA  
2022**

**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO  
ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN EN LA ALCALDÍA DEL  
MUNICIPIO DE MAICAO DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA**

**CAROL JOHENIS BONILLA AVILA  
YULIETH PAOLA ROMERO SOTELO  
INVESTIGADORES**

**DIRECTOR  
ISIDRO BUENO GIRALDO  
ADMINISTRADOR DE EMPRESA**



**UNIVERSIDAD | SHIKII EKIRAJIA  
DE LA GUAJIRA | PÜLEE WAJIIRA**

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA  
CENTRO DE POSTGRADO  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EN CONSTRUCCIONES  
RIOHACHA – LA GUAJIRA  
2022**

## **AGRADECIMIENTO**

El agradecimiento de este proyecto va dirigido primero a DIOS por ser nuestra luz, darnos sabiduría, fortaleza y acompañarnos en este proceso ya que sin su bendición no hubiera sido posible alcanzar nuestro objetivo.

A nuestras familias, por su apoyo, amor incondicional y por ser nuestra inspiración y deseo de salir adelante.

A nuestra alma mater UNIGUAJIRA, a los Docentes que no brindaron sus conocimientos a lo largo de la especialización, especialmente al director de este proyecto ISIDRO BUENO GIRALO, nuestra principal guía durante el desarrollo de este trabajo.

A JOSE GREGORIO SIERRA y BLAS NUÑEZ TOVAR por ese apoyo incondicional al brindarnos no solamente su tiempo y conocimiento sino la formación y adiestramiento para hoy obtener este título de especialista.

Al Coordinador Especialización Gerencia de Construcciones Wilman Ramos Bolaño, gracias por su compromiso, tiempo y dedicación.

A todas las personas que estuvieron involucradas en este proyecto por su ayuda brindada, a los compañeros, amigos y personas especiales que se quedaron en nuestros corazones y que compartieron con nosotras a lo largo de la carrera, mil gracias por su apoyo.

## DEDICATORIA

*A Dios primeramente, le dedico este TRIUNFO por ser el dador de la sabiduría, la inteligencia y el entendimiento que hay en mi al plantearme objetivos y lograrlos finalmente.*

*A mi pequeña MIA VICTORIA, por entender a su corta edad de sacrificios, porque fueron largas y extensas horas de compromiso y responsabilidad que me hicieron dejar de lado el papel de madre por cumplir con este objetivo.*

*No podía faltar agradecer a mi Compañero de vida y de manera muy especial a mis Padres, y demás Familiares por ese apoyo incondicional a lo largo de este proceso, porque con cada cosa que hago ellos siguen creyendo en mí, le apuestan a mis logros y me lo demuestran con su confianza, teniendo en cuenta que como profesional me he centrado y dedicado con esfuerzo, responsabilidad, constancia y amor a todo lo que hago y propongo sacar adelante.*

*A mi compañera de esta gran batalla YULIETH ROMERO SOTELO porque juntas nos visionamos un trabajo finalizado y con excelentes resultados y he aquí la muestra de nuestro esfuerzo, dedicación y constancia.*

*Finalmente muchísimas Gracias a lo que hicieron parte de este proceso, porque con solo creer en mí lograron que obtuviese con éxito y bendición un logro más en mi vida profesional que continúa avanzando y creciendo. Familia AGUILAR BARLIZA, este éxito también es suyo.*

**CAROL BONILLA AVILA**

*A ti DIOS que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa, con todo mi cariño y amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme, y darme la mano cuando sentía que el camino terminaba. Mis padres CARMELINA SOTELO y MANUEL ROMERO.*

*A mis queridas hermanas, Jennifer, Jorleimis, Joissell gracias por estar conmigo, al amor de mi vida Orlando Fernández por brindarme su cariño y apoyo constante.*

*A todos mis amigos con los que comparto, en especial a CAROL BONILLA por ser mi fiel compañera en este camino lleno de sacrificios, eh aquí nuestra recompensa,*

*de la cual aprendimos qué con dedicación y esfuerzo si se puede!*

**YULIETH ROMERO SOTELO**

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	12
CAPITULO I.....	14
I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1.1 Formulación del problema.....	16
1.1.2 Sistematización del problema.....	16
1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	17
1.2.1 Objetivo General.....	17
1.2.2 Objetivos Específicos .....	17
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.4 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
1.4.1 Delimitación teórica.....	20
1.4.2 Delimitación espacial.....	20
1.4.3 Delimitación temporal .....	20
1.5 APORTE A LA REGION .....	21
CAPITULO II.....	22

2. MARCO DE REFERENCIA.....	22
2. 1. ESTUDIOS RELACIONADOS CON LA INVESTIGACIÓN .....	22
2.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS .....	26
2.2.1. Teorías variable calidad del servicio .....	26
2.2.1.1. Servicio .....	26
2.2.1.2. Calidad del servicio .....	29
2.2.1.2.1. Escuela nórdica de la calidad del servicio .....	30
2.2.1.2.2. Escuela Norteamericana de la calidad del servicio.....	32
2.2.2. Teorías Variable planeación .....	34
2.2.2.1. Planeación estratégica.....	36
2.2.2.2. Planeación táctica .....	44
2.2.2.2.1. Elementos de la Planeación táctica.....	45
2.2.2.3. Planeación operativa.....	46
2.2.2.3.1. Características de la Planeación operativa.....	47
2. 3. MARCO CONCEPTUAL .....	48
2.3.1. Conceptos variable calidad del servicio .....	48

2.3.1.1. Usuario..... 48

2.3.1.2. Percepción..... 49

La percepción es una función mental que permite al cuerpo recibir y procesar (a través de los sentidos) información sobre el estado del medio ambiente y sus cambios. .... 49

2.3.1.3. Efectividad..... 49

2.3.1.4. Cliente..... 49

2.3.1.5. Expectativa ..... 49

2.3.1.6. Satisfacción..... 49

2.3.1.7. Calidad..... 49

2.3.1.8. Servicio..... 50

2.3.1.9. Quejas ..... 50

2.3.2. Conceptos variable planeación ..... 50

2.3.2.1. Control ..... 50

2.3.2.2. Planeación..... 50

2.3.2.3. Planificación estratégica ..... 50



2.3.2.4. Meta .....	51
2.3.2.5. Administración .....	51
2.3.2.6. Dirección.....	51
2.3.2.7. Políticas.....	51
2.3.2.8. Ambiente externo.....	51
2.3.2.9. Ambiente interno .....	51
2.4. ASPECTOS LEGALES .....	52
2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE.....	53
CAPITULO III.....	56
3. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	56
3.1. ENFOQUE METODOLOGICO .....	56
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	57
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	58
3.4.1. Población .....	58
3.4.2. Muestra .....	59

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .	59
3.5.1. Técnicas .....	59
3.5.2. Instrumento .....	60
3.5. TÉCNICA ANÁLISIS DE DATOS .....	60
CAPITULO IV. ....	61
4. RESULTADOS. ....	61
4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	61
CONCLUSIONES .....	94
RECOMENDACIONES .....	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	102
ANEXO .....	109

**INDICE DE TABLAS**

Tabla 1 .....	53
Tabla 2 .....	54
Tabla 3 .....	62
Tabla 4 .....	68
Tabla 5 .....	74
Tabla 6 .....	79
Tabla 7 .....	86

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo acelerado de la sociedad moderna ha creado nuevos clientes racionales, planificados y experimentados, con mayores opciones de comunicación y acceso a información de especial interés. Este nuevo cliente identifica la calidad como una variable que influye a todos los bienes y servicios.

La necesidad de diseñar y entregar servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores o usuarios hacen que el mundo organizacional actual sea muy complejo y cambiante. Hoy en día, las decisiones o estándares de los clientes, independientemente en el sector en que se encuentren, tienen una mayor importancia en la calidad y experiencia de la gestión de las entidades, las cuales al no ser tenidas en cuenta, pueden crear demandas negativas en la organización (Muñiz, 2013).

Por lo tanto, la creación de un mecanismo de mejora de la calidad del servicio se ha convertido en la principal necesidad para formular una estrategia de marketing adaptada a la realidad del mercado, mientras que la adopción de una estrategia de calidad significa definir el nivel esperado de excelencia del tipo de servicio prestado por la empresa. Este nivel de calidad no justifica el servicio prestado como un lujo, simplemente responde a las preferencias del grupo de usuarios.

El propósito de esta investigación se centra en analizar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira, y se desarrolla desde los siguientes apartados, los cuales dan un panorama amplio del tema a tratar:

1. Se presenta la contextualización del problema en el primer capítulo, en el cual se hace un basamento teórico para explicar la realidad que lleva a darle soporte a las interrogantes de estudio. Seguidamente se redactan los objetivos de estudio, los cuales se presentan de manera general y específica. Luego se tiene la justificación desde diversas perspectivas, para finalizar con la delimitación.

2. En el segundo capítulo se hace explicación de las investigaciones que anteceden al estudio propio, luego se presentan los conceptos elementales y las bases legales que sustentan el trabajo.

3. Seguidamente en el capítulo 3 se explica el marco metodológico donde se expone la metodología a utilizar, como el tipo de investigación, diseño, población objeto, además de detallar el instrumento que permite recabar los datos para el trabajo y el proceso que se lleva a cabo para el análisis.

4. Finalmente, en el capítulo 4 se presentan los resultados que se obtuvieron por medio de la investigación y se incluyen las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado, seguido de los respectivos anexos que permiten conocer y explicar aspectos de los procedimientos llevados a cabo en la ejecución del trabajo de investigación.

## **CAPITULO I**

### **I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las entidades públicas se conceptualizan como estructuras que proveen bienes y servicios de diversa índole (sociales, económicos, de seguridad, culturales, etc.), enfocados a satisfacer las necesidades colectivas de la ciudadanía (Bustos, 2016). De acuerdo con esta secuencia de ideas las instituciones de orden público nacional deben estar dirigidas al servicio de la ciudadanía, particularmente hacia el usuario (cliente), y por su parte, el Estado debe participar y controlar la administración pública con el fin de brindar garantía.

En la administración pública moderna, la calidad de los servicios es un componente esencial de la reforma de la gestión pública, comenzando por la prestación de estos servicios a los ciudadanos para satisfacer sus necesidades y derechos. Por lo tanto, la consulta adecuada y formal con las personas es fundamental para mejorar la prestación de servicios, aumentar la eficiencia y asegurar resultados y otros beneficios (Arnoletto y Díaz, 2009).

Ahora bien, la definición de calidad de servicio en el sector público puede denominarse como “la capacidad de la institución para responder a las necesidades de sus clientes, usuarios o beneficiarios a través de la oportunidad, accesibilidad, precisión y continuidad en la prestación del servicio, conveniencia y cortesía en la atención”. (Oviedo, Castellanos, Riquelme y García, 2014).

En este orden de ideas, las entidades, al establecer lineamientos, capacitar a los empleados, contar con infraestructura técnicas, entre otros elementos, caen en el error de

pensar que todo está claro, planteado e implementado de manera pertinente. Sin embargo, muchas veces no evalúan la calidad del servicio, siendo este último uno de los aspectos más importantes de la administración pública. Su principal objetivo es satisfacer los requerimientos de los usuarios y lograr que todas las operaciones de la entidad contribuyan a satisfacer sus necesidades (Sanchez y Dorado, 2013)

Para ser competitivo en el mundo actual es necesario brindar bienes y servicios de calidad, situación que no es reflejada en el sector público, pues se asume que no existe competencia en el mercado, el concepto de calidad es todo lo que es útil. Si no se reconocen los buenos oficios, no se puede lograr la calidad, independientemente de la calidad del producto o servicio.

Hoy en día, la calidad es un atributo valorado por la sociedad. Este se encuentra en la búsqueda de la rapidez, confiabilidad, eficiencia y seguridad como cualidades esperadas en la obtención de bienes o servicios (Mora, 2011). Siempre se ha planteado en el sector público, la necesidad de brindar servicios de calidad en todas las actividades que se realizan y en todas las partes subordinadas de la entidad, sin embargo, muchas veces no se cumple.

La Alcaldía de Maicao fue creada en el año 1.956, actualmente es una entidad con 66 años de trayectoria, aunque tiene cierta experiencia en la región y aplica continuamente procesos de mejora en todas sus operaciones, no sabe a ciencia cierta cuál es la opinión de la ciudadanía acerca del servicio recibido, caso particular sucede en el Departamento Administrativo de Planeación, donde las empresas contratistas e interventorías se quejan por la calidad del servicio, ya que para realizar un trámite interno es demasiada la demora.

Este estudio surgió por el interés de profundizar en la percepción que las empresas contratistas e interventorías tienen sobre la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación de la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira, lo que permitirá comprender cuáles son sus factores determinantes de acuerdo a la opinión de esas empresas, además de brindar información relevante que permita el diseño e implementación de estrategias para potenciar su reputación y se logre establecer una perspectiva que apoye la gestión integral de la entidad, con el fin de diseñar estrategias para mejorar la prestación de servicios a los consumidores.

### **1.1.1 Formulación del problema.**

Partiendo de lo planteado anteriormente, surge el siguiente interrogante:

¿Cómo es la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira?

### **1.1.2 Sistematización del problema.**

Al plantear el interrogante principal de la investigación, se hace necesario el establecer unos interrogantes secundarios que orienten el desarrollo de la investigación, los cuales, se establecen de la siguiente forma:

- ¿Cuáles son los factores determinantes de la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira?



- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de las empresas contratistas e interventorías frente a la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira?

- ¿Cuáles estrategias pueden mejorar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira?

## **1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las dimensiones de la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira, mediante el uso del modelo SERVPERF.

- Conocer el nivel de satisfacción de las empresas contratistas e interventorías frente a la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira.

- Proponer estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Alvitez (2019), el sector servicios abarca una amplia gama de actividades, como el comercio, el transporte, las comunicaciones, los servicios financieros, los servicios sociales, el turismo, entre otros, que pueden ser ofrecidos tanto a particulares como a empresas públicas y/o privadas. En las últimas décadas, el sector se ha diversificado con la introducción de nuevos servicios innovadores para satisfacer las necesidades de las personas, ocupando un lugar importante en las economías de los países.

La percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio en las entidades del sector público es un tema de gran interés, que no ha sido ampliamente abordado en la academia (Aguar, 2014); Lo anterior debido a que este tipo de investigación está dirigida principalmente a empresas del sector privado, las cuales, por las características del entorno competitivo y el comportamiento del mercado, son de gran importancia para las mismas.

Debido a que actualmente no existen estudios académicos que analicen la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira, este estudio es novedoso porque permitirá tomar acciones de mejora; una vez evaluado este nivel de calidad, el análisis se realizará y finalmente se propondrán planes de acción que contribuyan a la mejora del servicio.

El tema principal para abordar en este estudio es el tiempo de respuesta a los tramites, para sugerir áreas de oportunidad y mejora. Este problema surge por la falta de conocimiento del Departamento Administrativo de Planeación de la alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira sobre las percepciones y expectativas que tienen sus clientes (empresas contratistas e interventorías) cuando reciben el servicio, ya que no se ha realizado una investigación previa al respecto.

La alcaldía del municipio de Maicao realiza acciones permanentes para prevenir y atender los problemas, pero desde la perspectiva interna de la entidad. Es decir, trata de identificar las fuentes de problemas, consulta con sus empleados y personal, pero no tiene en cuenta al cliente externo. Es por eso por lo que pretendemos considerar las opiniones de los usuarios que en el caso particular serán las empresas contratista y las interventorías del Departamento Administrativo de Planeación. Sin olvidar lo importante que es involucrar a los clientes internos (empleados) para lograr los objetivos, ya que es complementario a este proceso lograr la completa satisfacción de ambas partes.

Las implicaciones prácticas que justifican este estudio es que la comunidad en general se beneficiara con esta investigación, los resultados que arroje sirven para dar recomendaciones a la alcaldía en general del municipio de Maicao, en el especial al Departamento Administrativo de Planeación para mejorar la calidad de la prestación del servicio, ya que cuando los usuarios están satisfechos y conformes con los servicios municipales que reciben, se vive en un ambiente de mayor armonía y satisfacción en la población.

Los resultados de este estudio brindaran un marco de orientación especialmente a los funcionarios de la alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira, para mejorar sus operaciones y así poder brindar servicios de mejor calidad. Las recomendaciones proporcionaran una guía sustantiva con el fin de ser aplicadas en las alcaldías con las mismas características.

## **1.4 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1 Delimitación teórica**

Dentro de la investigación se toman como soportes teóricos la Escuela Norteamericana de la calidad del servicio y Escuela nórdica de la calidad del servicio; a la vez autores como: Druker (1990), Cronin y Taylor (1992), Clemenza, Gotera y Araujo (2010), Sáez, Machado y Godoy (2011), Torres y Luna (2017), Palacios (2014), Devotto (2012), Lascurain (2012).

### **1.4.2 Delimitación espacial**

El presente estudio se desarrolla en la República de Colombia, departamento de La Guajira, en el municipio de Maicao, específicamente en el Departamento Administrativo de Planeación de este municipio ubicado en la Calle 12 No. 11-36 Barrio el Centro.

### **1.4.3 Delimitación temporal**

La información requerida para el desarrollo de la investigación está enmarcada en los años 2021 y 2022, tiempo establecido para la recopilación y sistematización de la información. Dando inicio en el mes de septiembre del año 2021 y finalizando en el mes de noviembre del año 2022.

## **1.5 APOORTE A LA REGION**

La calidad del servicio ha generado mayor interés en el sector público; donde las personas, al estar informadas exigen una mejor calidad de servicio, lo anterior dejando de ser un problema técnico para convertirse en un componente esencial para la formulación de estrategias en las entidades públicas (Gilberto, Azucena, Tello y Gerardo).

En el contexto académico, este proyecto de grado es importante. Esto se debe a que la universidad podrá contar con un estudio analítico que ayudara a enriquecer las investigaciones realizadas hasta el momento, igualmente servirá como punto de partida para otros estudios que se puedan realizar en esta área.

## CAPITULO II.

### 2. MARCO DE REFERENCIA

#### 2. 1. ESTUDIOS RELACIONADOS CON LA INVESTIGACIÓN

Los antecedentes investigativos según Bavaresco (2013), se refiere al conocimiento previo sobre la variable o el sector donde se desarrolla la investigación, que pueda brindar algún soporte a la investigación. En el siguiente apartado se relacionan los antecedentes investigativos relacionados al objeto de estudio “ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE MAICAO DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA”, a partir de los cuales se busca obtener aportes significativos para abordar la temática planteada.

En primer lugar, se expone la tesis a nivel internacional de Huamán (2017) titulada “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015*”, tesis para obtener el grado académico de: Maestra en Gestión pública en la Universidad Cesar Vallejo, en Perú, su objetivo principal fue determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del usuario. Para esta investigación el diseño fue de tipo correlacional, la población estuvo conformada por 1,824 habitantes, de la Municipalidad Provincial de Corongocon y se seleccionó una muestra de 361 pobladores.

Para la recolección de datos se utilizó la encuesta, y para el análisis de resultado se empleó el programa estadístico spss versión 23.0. Los resultados obtenidos demostraron que la calidad de los servicios es moderada en la Municipalidad de Corongo, representada por el

85.6% de los encuestados; y que se debe dar mayor importancia a la capacidad de respuesta de los trabajadores municipales, asimismo que existe una satisfacción moderada, representado por el 89.8% de los encuestados.

Seguidamente se presenta la tesis de Hidalgo (2019) titulada “*Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato*”, realizada en la Universidad Técnica de Ambato, para optar al título de Magíster en Gestión Empresarial Basado en Métodos Cuantitativos. Presenta como objetivo general proponer un plan de mejora en la calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sistema financiero del cantón Ambato. Para ello, los autores utilizaron una metodología de enfoque cuantitativo con diseño no experimental de carácter transversal, la población objeto de estudio fueron 450 clientes activos de la empresa Uninova de la agencia Ambato, y se seleccionó una muestra de 270 clientes activos.

Para la recolección de información, como instrumento se aplicó una encuesta para recabar información relevante sobre la calidad del servicio y satisfacción al cliente que la empresa está brindando al cliente. En lo que incumbe a los resultados se sustentó teóricamente sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; evidenciándose que están íntimamente relacionadas, puesto que si un cliente recibe un servicio óptimo se genera una satisfacción en las expectativas y necesidades del mismo, también, si el cliente no percibe un servicio adecuado, existe una insatisfacción en los clientes y, por ende, repercute en aspectos económicos y de rentabilidad de la empresa, pues el cliente no regresará a la empresa.

A nivel nacional no se puede pasar por alto la investigación de Rico (2018) que adelanto una tesis denominada ***“Evaluación del proceso de atención al ciudadano de la alcaldía de Pereira por medio de la implementación de una herramienta web que permita valorar el nivel de satisfacción de los usuarios a través de las PQRS”***, realizada en la universidad Libre seccional Pereira, facultad de ingeniería, cuyo objetivo principal fue evaluar el proceso de atención al ciudadano de la Alcaldía de Pereira por medio de la implementación de una herramienta web que permita valorar el nivel de satisfacción de los usuarios a través de las PQRS. Para ello, el autor utilizó una metodología de tipo descriptivo, y utilizaron los métodos de observación y análisis.

Para la recolección de datos se consultó la información en fuentes primarias por medio de encuestas y entrevistas con el cliente externo y secundarias mediante bases de datos y encuestas ya realizadas. Además, se consultarán informes periódicos obtenidos en el Sistema de Peticiones Quejas y Reclamos de la Alcaldía de Pereira. Los resultados de la tesis muestran que el canal más utilizado por los ciudadanos es la página WEB, además, los resultados del diagnóstico evidencian que las personas realizan una sola consulta en el buzón de PQRS, y que de igual forma la administración les da respuesta en un 94.6% lo que representa un aspecto positivo para la Alcaldía de Pereira, lo ideal es llegar a un 100% en la atención de respuestas

De igual modo, en la Universidad de la Guajira, Zapata, Pimienta y Mejía (2020), realizaron una tesis titulada ***“Satisfacción de los usuarios en la atención del servicio de consulta externa especializada en la IPS Sociedad Medica clínica Maicao S.A. en el municipio de Maicao”*** cuyo objetivo principal fue determinar la satisfacción de los usuarios en la atención del servicio de consulta externa. La metodología que se llevó a cabo para



realizar el estudio fue de tipo descriptiva y de diseño no experimental, la población estuvo conformada por todos los usuarios del servicio de consulta externa especializada de la IPS Sociedad Medica Clínica Maicao S.A. y se seleccionó una muestra representativa de 250 usuarios.

Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario de evaluación de la calidad del servicio de salud desde la percepción del usuario (Ministerio de la Protección Social de Colombia (2015)), en el análisis estadístico se empleó el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Los autores concluyeron que el nivel de satisfacción de los usuarios frente a los servicios de consulta externa especializada de la IPS Sociedad Medica Clínica Maicao S.A., es relativamente aceptable teniendo en cuenta que los indicadores de esta dimensión fueron los elementos tangibles, la actitud de servicio y la competencia de las personas involucradas en la atención a los usuarios en esta área; aunque la mayor insatisfacción se mostró en la actitud del servicio percibida por los usuarios encuestados.

A continuación, se expone a Salas (2017) cuyo proyecto fue titulado “*Análisis de la Calidad del Servicio en el Sector Público. Caso Contraloría Departamental del Meta.*” para obtener el título de Maestra en Mercadeo, en la universidad de Manizales, tuvo como objetivo analizar la calidad del servicio en el sector público. Respecto a la metodología se utilizó un enfoque mixto y un diseño investigativo de estudio de caso de triangulación concurrente, la población estuvo conformada por 160 sujetos de control fiscal, distribuidos en veintiocho (28) municipios

Los instrumentos empleados fueron un conjunto de entrevistas semiestructuradas y el cuestionario del modelo SERVPERF propuesto por Cronin y Taylor (1992), compuesto por

22 preguntas, abarcando cinco dimensiones de la calidad del servicio: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los datos recolectados fueron analizados empleando los programas informáticos especializados SPSS (cuestionario SERVPERF) y Atlas.ti (entrevistas semiestructuradas).

## **2.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

### **2.2.1. Teorías variable calidad del servicio**

#### **2.2.1.1. Servicio**

Rapahmell (1974) define un servicio como una mercancía comerciable aislada; es decir, un producto intangible que no se toca, no se recoge, no se siente y generalmente no se experimenta antes de la compra, pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido para cumplir con los deseos y necesidades del cliente.

Como se define en la norma ISO 9001 versión 2015 (Sistemas de gestión de la calidad) Fundamentos y Vocabulario: "El servicio también es el resultado de un proceso". El Servicio es la acción, proceso y ejecución que llevamos a cabo para fidelizar a los clientes, el servicio no debe ser entendido únicamente por una empresa en este sentido, pues en una empresa de producto, el servicio es parte de ese producto.

El servicio es "la acción y el efecto del servicio". Organizaciones diseñadas para cuidar intereses y satisfacer necesidades públicas y privadas. El servicio es el acto de una persona u organización en beneficio de otra. Para el marketing, una agencia de servicios es una empresa

cuyo compromiso básico es satisfacer las necesidades de los consumidores mediante la realización del acto por los cuales un consumidor está de acuerdo en pagar un determinado precio.

Según Duque (2005), el concepto de ciclo de servicio ayuda a los miembros de la organización a brindar asistencia a los clientes, lo que les permite organizar pronósticos. La construcción básica del servicio ya no es solo trabajo del empleado, sino que se convierte en un momento crítico controlado por cada empleado y/o el sistema que interactúa con el cliente. Un momento de la verdad es cualquier situación en la que un cliente toca algún aspecto de la organización y obtiene una impresión de la calidad de su servicio. Este autor señala que los servicios se pueden agrupar en cinco dimensiones distintas:

1. Elementos tangibles. Se refiere a la apariencia de las instalaciones de una organización, la presentación de las personas, o incluso los equipos (computadoras, oficinas, vehículos, etc.) utilizados por una determinada empresa. Una buena revisión en este sentido invita a los clientes a realizar su primera transacción con la empresa.

2. Cumplimiento de promesa. Esto significa la entrega correcta y oportuna de los servicios acordados. Si bien estos dos requisitos (entrega correcta y oportuna) pueden parecer diferentes, los clientes han mencionado que ambos son igualmente importantes ya que generan confianza o desconfianza en la empresa. Desde el punto de vista del cliente, cuando se trata de servicio, la confianza es lo más importante. El compromiso con la entrega es uno de los dos factores más importantes para animar a los clientes a comprar de nuevo en nuestra organización

3. Actitud de servicio. Los clientes muchas veces perciben una falta de servicio por parte de los empleados, esto significa que las personas que los atiende no están dispuestas a escucharlos y resolver su problema o emergencia de la manera más conveniente posible. Este es el factor que más critican los clientes y el segundo factor más importante en su valoración. Después del cumplimiento, las actitudes influyen en los clientes que regresan a nuestra organización.

4. Competencia del personal. Los clientes califican la capacidad del empleado para atenderlo adecuadamente, si es cortés, si conoce la empresa para la que trabaja y los productos o servicios que vende, si tiene las condiciones y políticas de venta, en definitiva, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación. Muchos clientes saben exactamente lo que quieren comprar, pero aquellos que necesitan orientación o consejo pueden no considerarlos, incluso si tienen éxito, si no creen que las personas que los atienden son lo suficientemente competentes.

5. Empatía. Se refiere a la atención especial y afectuosa que los clientes esperan de los proveedores de servicios. Los clientes evalúan tres factores:

a- Facilidad de contacto: Es fácil contactar al prestador del servicio.

b- Comunicación: Lo que buscan los clientes es un mayor nivel de comunicación por parte de la empresa que les vende, y un lenguaje que puedan entender claramente

c- Gustos y necesidades: El cliente quiere ser visto como único, para recibir el servicio que necesita en las condiciones que más le convengan.

El conjunto de los cinco factores mencionados constituye la evaluación global del servicio por parte del cliente. Cada cliente es diferente y requiere de diferentes estrategias para brindar el servicio adecuado, por lo que una sola acción no garantizará que una empresa mejore todos los aspectos de su servicio.

#### **2.2.1.2. Calidad del servicio**

Duque (2005) entiende la percepción de la calidad del servicio como una evaluación relacionada con la superioridad del servicio, incluyendo múltiples dimensiones, en este punto la calidad del servicio es subjetiva, considerando que las evaluaciones de los clientes dependen de sus percepciones.

Ruiz (2001) señaló que la calidad del servicio se caracteriza por: (a) mayor dificultad en la evaluación del cliente que la calidad de los bienes tangibles, (b) su impacto en la determinación de las expectativas del cliente, y finalmente, (c) su evaluación incluye la servicio en sí mismo y el proceso por el cual se proporciona. Además, la calidad del servicio depende de una serie de factores, incluidos los elementos tangibles asociados con la prestación del servicio, la preparación y el conocimiento del personal responsable de la prestación del servicio.

Ahora se puede hacer referencia a la definición de calidad de servicio del sector público, que se entiende como “la capacidad de una institución para responder a las necesidades de sus clientes, usuarios o beneficiarios a través de la oportunidad, la accesibilidad, la precisión, la continuidad y cortesía” (Oviedo, Castellanos, Riquelme y García, 2014).

En la actualidad, diversos modelos de calidad de servicio intentan considerar los diferentes componentes y características del mismo; sin embargo, a lo largo de la historia, tradicionalmente ha habido dos grandes escuelas de conocimiento que han abordado este concepto desde diferentes enfoques: la Escuela Nórdica y la Norte Americana.

#### **2.2.1.2.1. Escuela nórdica de la calidad del servicio**

Por un lado, la escuela nórdica, liderada por la propuesta de Grönroos que vincula la calidad con la imagen corporativa, considera que la calidad percibida resulta de la integración de la calidad técnica y funcional mediada por la imagen corporativa, que es el último componente clave en la medición de la calidad percibida; este modelo se denomina modelo de imagen (Duque, 2005).

Según la propuesta, la calidad técnica se refiere a un servicio técnicamente correcto que produce resultados adecuados, mientras que la calidad funcional se refiere a la forma en que se trata a los consumidores cuando se desarrolla ese servicio; finalmente, la imagen corporativa consiste en la percepción que el cliente tiene de la empresa, la cual se define por la formación cognitiva de los dos componentes anteriores (Salas, 2017).

De esta manera, “el nivel de calidad general percibida no está realmente determinado por el nivel objetivo de las dimensiones de calidad técnica y funcional, sino por la diferencia que existe entre la calidad esperada y la experimentada, lo cual es un paradigma incierto.” (Duke, 2005). Este modelo establece que la calidad experimentada por el cliente es el resultado de dos expresiones de calidad, dando lugar a una valoración de la calidad general percibida, donde la calidad percibida de un servicio depende de las expectativas y la

prestación del cliente y la prestación del servicio, considerando aspectos técnicos y funcionales (Cordoba, 2014).

Otro modelo de la escuela nórdica es el de Eiglier y Langeard (1987), cuyo componente básico es el término servucción, refiriéndose al proceso de creación de un servicio (Gelvez, 2010). Según esta propuesta, una buena calidad de servicio se logra cuando todos los elementos del servicio presentan una calidad aceptable, estos elementos son el soporte físico, el personal y los clientes. Primero, el soporte físico se refiere a los elementos tangibles utilizados para brindar servicios, cuya calidad intrínseca se ve afectada por su modernidad y sofisticación.

Por otro lado, el personal refiere al talento humano de la organización, deben tener competencias suficientes para desempeñar sus funciones técnicas, así como una actitud comprometida con los clientes, que les permita responder a sus necesidades en tiempo y forma. En tercer lugar, la similitud de los clientes hace que el segmento de mercado y el diseño conveniente del servicio se haga posible (Gelvez, 2010).

Además, el modelo de componentes de Rust y Oliver (1994), también suscrito a la escuela nórdica, se basa en tres componentes: el resultado del servicio, la entrega del servicio y el entorno del servicio. El primero de estos componentes tiene la misma definición que "calidad técnica" en el modelo de Grönroos, del mismo modo, la entrega del servicio equivale a "calidad funcional". Finalmente, el entorno del servicio consta de componentes tanto internos como externos: el interno se ocupa de los valores, las creencias, las políticas y la cultura organizacional de la organización, mientras que el externo enfatiza la estructura de la organización (Gelvez, 2010).

Finalmente, el modelo de clasificación de servicios por niveles propuesto por Brady y Cronin (2001) establece tres (3) niveles de organización: el primer nivel ubica la percepción global de los clientes sobre la calidad del servicio; en un segundo nivel se ubican las dimensiones primarias y en el tercer nivel los subdimensiones. Según estos autores, “La percepción global del cliente se forma a través de tres dimensiones: la relación entre el cliente y el empleado, es decir, la calidad funcional, el entorno del servicio y el resultado del servicio, es decir, la calidad técnica (Brady y Cronin, 2001). en Gélvez, 2010).

Asimismo, Brady y Cronin (2001) plantean que los subdimensiones consisten en: (1) la forma en que se brinda el servicio o la interacción (actitudes, comportamientos, conocimientos); (2) el contexto en el que se brinda el servicio (ambiental, diseño, factores sociales); (3) El servicio en sí (tiempo de espera, elementos tangibles, balance global).

#### **2.2.1.2.2. Escuela Norteamericana de la calidad del servicio**

Por su parte, la Escuela Norteamericana liderada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988), definen la calidad del servicio como “el juicio global del cliente sobre la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación con la expectativa de los consumidores y sus percepciones sobre los resultados de los servicios prestados (Colmenares y Saavedra, 2007).

En este sentido, proponen un modelo que puede medir la calidad percibida de un servicio: SERVICE QUALITY o SERVQUAL, que se basa en la teoría de los gaps o discrepancias, y que mide la satisfacción que reciben los clientes de un servicio prestado a través de la diferencia entre las expectativas y las percepciones de las mismas. El modelo consta de dos partes: una dedicada a determinar las expectativas generales de los clientes



frente al servicio y otra dedicada a sus percepciones sobre calidad (Colmenares y Saavedra, 2007).

Inicialmente, en su fase exploratoria, estos autores establecieron 10 dimensiones para evaluar la calidad del servicio, un total de 97 ítems, cada uno diseñado para medir expectativas y percepciones, sin embargo, luego de investigar diferentes categorías de servicios, los autores encontraron que había algunos ítems que eran menos relevante, por lo que procedieron a su eliminación, quedando un total de 54 artículos.

Luego realizaron un análisis factorial en la escala, reduciéndola a 34 ítems y 7 dimensiones. Finalmente, se realizó un nuevo análisis del modelo para validar la dimensionalidad y confiabilidad del instrumento, resultando en 22 ítems y 5 dimensiones para evaluar la calidad del servicio. Gálvez (2016) define estas dimensiones como: fiabilidad, seguridad, tangibilidad, empatía y capacidad de respuesta.

Cabe señalar que la evidencia de la investigación sugiere que las percepciones de las dimensiones de la calidad del servicio están influenciadas por aspectos de las características del usuario, así como del entorno que rodea al servicio, como el medio ambiente, las políticas gubernamentales, etc. (Pérez y Muñoz, 2013).

Otra propuesta atribuida a la escuela norteamericana es la articulada por Cronin y Taylor (1992) es el modelo SERVICE PERFORMANCE, comúnmente denominado SERVPERF; este modelo fue diseñado para superar las dificultades del modelo predecesor (SERVQUAL), al sugerir que la percepción se utiliza para medir la calidad del servicio, excluyendo las expectativas, lo cual es contrario a lo que propone el modelo SERVQUAL el cual incluye la evaluación de ambos aspectos. Estos autores afirman que la calidad del

servicio “es una actitud del consumidor, moldeada por las percepciones que surgen después del consumo...” (Gelvez, 2010).

Cabe señalar que uno de los principales factores diferenciadores entre la escuela nórdica y la escuela norteamericana es la naturaleza de los modelos; mientras que los modelos de escuela nórdica tienen un enfoque cualitativo basado en medidas de calidad, los modelos de la escuela norteamericana utilizan un enfoque cuantitativo que trata de cuantificar la calidad percibida del cliente (Gelvez, 2010). De igual manera, se pueden notar similitudes entre la escuela nórdica y la escuela norteamericana, ya que ambas consideran diferentes dimensiones para evaluar la calidad del servicio, pero la cantidad de dimensiones muestra la diferencia.

### **2.2.2. Teorías Variable planeación**

La planificación significa que los gerentes piensan en las metas y acciones de la organización de una manera lógica, en la que se basan en planes, métodos, establecen procedimientos y dedican diferentes recursos para lograr las metas (Anzola, 2002). Según este autor, la planificación se trata de planificar eficazmente a través de un procedimiento lógico cuyo único fin es alcanzar las metas de la organización.

Para Amador (2008) la planificación se refiere a qué hacer con anticipación, qué hacer, cómo hacerlo y cuándo hacerlo, y cubre la brecha entre cómo está la situación y hacia dónde queremos ir, para minimizar el riesgo aprovechando las oportunidades actuales.

La planeación debe definir las metas y objetivos fijados por la organización, desarrollar estrategias y coordinar actividades. Amador (2008) afirma que la planificación es una serie

de pasos establecidos para lograr cualquier objetivo mediante el uso de herramientas y una gestión adecuada. Según Daft (2004), la planeación expresa una visión de cómo y cómo debe ser una empresa en el futuro y como llegar a ella.

En la planeación, se definen objetivos y se seleccionan actividades y recursos para lograr esos objetivos. En este sentido, la planeación se centra en la visión de la empresa u organización. Por otro lado, Louffat (2012) define la planificación como el primer elemento del proceso administrativo que tiene en cuenta la coordinación y seguimiento del currículo que se espera que siga cualquier organización.

De acuerdo con Rodríguez (2017), los elementos fundamentales de toda planificación deben comenzar con la misión, que establece la visión y las metas. Los gerentes responsables deben utilizar estrategias en las que los caminos propuestos conduzcan a las metas propuestas utilizando cronogramas y presupuestos. La planificación es el elemento donde se deben tomar las decisiones sobre los escenarios de riesgo.

George Steiner propuso un modelo conceptual de estructuras y procesos de planificación en 1996. Para ello, planteó que la planeación se basa en tres fundamentos específicos: 1) los propósitos socioeconómicos fundamentales de la organización; 2) los valores de la alta gerencia; y 3) los estudios del medio ambiente (Rueda, 2014).

El autor identifica claras diferencias entre los períodos de planificación, el largo plazo requerirá de una planeación meramente estratégica; el mediano plazo de una planeación táctica y, el corto plazo de una planeación operativa:

- **Planeación Estratégica (Largo Plazo):** Para Steiner, la planificación estratégica se refiere a la planificación a largo plazo en la que se debe declarar la misión de la empresa y los objetivos principales de la organización, las políticas y estrategias para administrar las adquisiciones y el uso y asignación de recursos para lograr objetivos (Rueda, 2014).
- **Planeación Táctica (Mediano Plazo)** Se refiere a desarrollar, detallar, coordinar e integrar planes para que las áreas funcionales del negocio desplieguen o asignen recursos para lograr objetivos, teniendo en cuenta el proceso de planeación estratégica. Normalmente, el tiempo esperado es de cinco años, sin embargo, estos planes se desarrollan en profundidad para cada año de ejecución (Rueda, 2014).
- **Planeación Operativa (Corto Plazo).** Los detalles del plan a mediano plazo no son lo suficientemente profundos para las operaciones actuales, por lo que se necesita un plan a corto plazo. Por ello, se incluyen una serie de estudios específicos para llevar a cabo el proceso de planificación encaminado a la perfecta ejecución de la actividad (Rueda, 2014).

#### **2.2.2.1. Planeación estratégica**

La planeación Estratégica es una herramienta de gestión que aumenta las posibilidades de éxito de una empresa cuando es necesario lograr algo en circunstancias inciertas. De manera similar, la planificación estratégica es la formulación, desarrollo e implementación de varios planes de acción por parte de una empresa u organización para lograr metas y objetivos establecidos y principalmente para responder a la pregunta 'qué hacer' (Álvarez, 2018).

La planificación estratégica se refiere a la recopilación, procesamiento y uso de información interna y externa relevante por parte de los tomadores de decisiones en una empresa u organización para evaluar la situación actual de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la organización hacia el futuro. (Serna, 2000)

La planificación estratégica (o planeamiento) es el proceso de articular la visión, la misión y los valores de una empresa, analizando las circunstancias externas e internas, estableciendo metas a largo plazo y habilitando la estrategia para lograr (Bedoya y Zuluaga, 2015).

La planeación estratégica es el proceso mediante el cual los tomadores de decisiones dentro de una empresa u organización recopilan, procesan y analizan información interna y externa relevante con el fin de evaluar la situación actual de la empresa y su nivel de competencia con el propósito de Predecir y determinar la dirección de una organización hacia el futuro (Serna, 2000).

La planificación estratégica (o planeamiento) es el proceso de articular la visión, la misión y los valores de una empresa, analizando las circunstancias externas e internas, estableciendo metas a largo plazo y habilitando la estrategia para lograr dichos objetivos (Bedoya y Zuluaga, 2015).

El proceso de planeación estratégica consiste fundamentalmente en responder a las siguientes preguntas:

## Figura 1

### *Planeación Estratégica*

R E F L E X I O N	¿Quiénes somos?	Historia-Identidad- Experiencias
	¿Dónde Estamos?	
	¿Hacia donde podemos ir	
D E S E O	¿Hacia donde queremos ir	Futuro deseado y realizable, propósitos, objetivos estratégicos, metas, programas o líneas estratégicas
A C C I O N	¿Cómo llegamos allá?	Objetivos específicos ¿Qué hacer? Estrategias (¿Cómo hacerlo?). Evaluación (¿Cómo medimos lo realizado?).

Fuente: (Álvarez, 2018).

A continuación, se presentan algunos modelos de planeación de varios autores, proporcionando descripciones teóricas y esquemáticas de cómo podría ser el proceso de planificación estratégica, que debe seguir cualquier organización independientemente de su naturaleza, para proyectarse en el futuro y lograr la visión que adopten.

- **El modelo de Tom Lambert**

El autor de este modelo sugiere ocho pasos o etapas para ejecutar el proceso de planificación estratégica. (Braca, 2017):

Establecer la visión

Definir la situación actual

Acordar su misión

Desarrollar sus objetivos

Generar alternativas

Seleccionar Estrategias

Convenir Tácticas

Elaborar el plan táctico

El autor describe su modelo de la siguiente manera: El concepto principal del modelo se puede definir guiando al equipo desde su posición actual hacia el futuro ideal que quieren diseñar. Este proceso comienza con el desarrollo futuro deseado. Una visión compartida de hacia dónde se dirige la organización proporciona una base sólida para centrarse en pensar cómo llegar allí, limitando la consideración del estado actual a los factores relacionados con los resultados (Braca, 2017).

### **Modelo de Planeación Estratégica de Fred David**

Este modelo pretende mostrar las relaciones entre los elementos clave del proceso de gestión estratégica. Un punto de partida obvio es definir la misión, los objetivos y la estrategia de su organización. Todas las organizaciones tienen estos elementos, incluso si no fueron diseñadas implícitamente para ellos. Por lo tanto, debido a factores situacionales, una organización puede excluir algunas estrategias por falta de una planificación estructurada (Bedoya y Zuluaga, 2015)

El proceso de dirección estratégica es dinámico y continuo. Esto significa que cambiar uno de los componentes básicos del modelo requiere cambiar uno o todos los demás

componentes. Por lo tanto, las actividades de desarrollo, implementación y evaluación de la estrategia deben ser continuas, no limitadas a un corto período de tiempo, como un año o un semestre. Debido a la dinámica inherente del proceso de gestión estratégica, no existe un final teórico.

Uno de los primeros y principales modelos de planificación estratégica fue propuesto por Fred David en 1991. Hay que decir que este modelo se estructura como un mecanismo de aplicación del proceso de dirección estratégica. Como con cualquier modelo, no garantiza el éxito, pero representa un enfoque pragmático para desarrollar e implementar la estrategia. (Rueda, 2014).

Tenga en cuenta que el proceso de gestión estratégica, una vez ejecutado, no está tan claramente segmentado ni se ejecuta sin problemas como sugiere el modelo de Fred David. Por lo tanto, un proceso de retroalimentación para evaluar la formulación de la estrategia, el logro de la misión, las oportunidades y amenazas, las fortalezas y debilidades, las metas y las políticas hace que este sea un paso muy importante (Braca, 2017).

Según Álvarez (2018) El Modelo de Planificación Estratégica como tal, cuenta con tres grandes etapas: 1) formulación de la estrategia; 2) implantación de estrategias; y 3) evaluación de estrategias. Cada etapa contiene una serie de fases a saber:

- 1) Formulación de la Estrategia:
  - a) Desarrollo de las declaraciones de la visión y la misión.
  - b) Realización de una auditoría externa e interna.
  - c) Establecimiento de los objetivos a largo plazo.



d) Creación, evaluación y selección de las estrategias.

2) Implantación de Estrategias:

a) Determinación de los asuntos relacionados con la gerencia.

b) Determinación de los asuntos relacionados con la mercadotecnia, finanzas, contabilidad, investigación y desarrollo además de los sistemas de información de la gerencia.

3) Evaluación de la Estrategia:

a) Medición y evaluación del rendimiento.

- **Modelo de Planificación Estratégica Aplicada de Goodstein, Nolan y Pfeiffer**

A diferencia de los procesos tradicionales de planificación estratégica, la planificación estratégica aplicada implica pronosticar el futuro y desarrollar los medios (procedimientos y actividades) necesarios para lograrlo. Según la conclusión de los autores, tal estado no existe en las organizaciones contemporáneas debido a que, tales procesos de planeación se han conceptualizado e implementado con poco impacto en la toma de decisiones. (Rueda, 2014)

Ante esta situación, Goodstein, Nolan y Pfeiffer desarrollaron un nuevo modelo de planificación estratégica que es fundamentalmente diferente de otros modelos existentes en contenido, enfoque y procesos, integrando para ello las siguientes nueve etapas (Álvarez, 2018):

1) Planeación

- 2) Búsqueda de Valores
- 3) Formulación de la Misión
- 4) Diseño de la Estrategia del Negocio
- 5) Auditoria del Desempeño
- 6) Análisis de Brechas
- 7) Integración de los Planes de Acción
- 8) Planeación de Contingencias
- 9) Implementación

Los autores afirman que determinar la dirección futura de una organización es tarea de la alta dirección y no puede ni debe delegarse. Los autores pretenden proporcionar una comprensión general del proceso de planificación estratégica, sus elementos esenciales y las técnicas necesarias para utilizar el modelo en el proceso de planificación.

- **El Modelo de William Newman**

Para este autor, el proceso de planificación se puede entender mejor considerando las etapas básicas de una toma de decisiones en particular. 1) Diagnosticar el problema. 2) Definir soluciones opcionales. 3) Predecir el resultado de cada acción. 4) elegir un camino a seguir (Rueda, 2014).

- La ventaja de este modelo es realizar diagnósticos específicos de problemas en una etapa temprana para brindar soluciones a objetivos específicos. Además,

propone el desarrollo de posibles alternativas, predice resultados para orientar las actividades de planificación e identifica posibilidades reales para la elaboración de metas (Rueda, 2014).

- **El Modelo de Planeación de Frank Banghart**

Este modelo se basa en la teoría de sistemas y tiene la siguiente estructura. 1) Definición del problema. 2) conceptualizar el problema y diseñar planes alternativos o soluciones; 3) evaluar planes o alternativas; 4) selección de opciones o alternativas; 5) implementación de planes o alternativas, 6) comentarios.

Los pasos 1 y 2 están estrechamente relacionados, ya que la definición del problema implica la formulación de alternativas. El tercer paso propone evaluar las alternativas propuestas. El cuarto paso es la selección de alternativas previamente evaluadas. El quinto paso se ocupa específicamente de la operación del plan o alternativa elegido. El paso final propone un proceso de retroalimentación como una actividad sistemática que puede corregir errores en el plan implementado. (Ruedas, 2014)

- **El Modelo de Planeación Estratégica SHKG**

Propuesta por Sergio Kauffman González (2003), representa un recorrido analítico de las propuestas teóricas y metodológicas de diversos autores y se concreta en la doble proposición del proceso de formulación. El proceso de planificación comienza con diagnósticos internos y externos definidos específicamente en términos de los “fundamentos

estratégicos”: 1) visión; 2) misión; 3) valores y filosofía; y 4) cultura de trabajo (Álvarez, 2018).

A partir de ahí, determinar los objetivos estratégicos a alcanzar en el desarrollo de la estrategia. Luego, se realizan acciones para implementar las estrategias propuestas identificando planes y programas lógicamente priorizados y distribuidos en horizontes. (Rueda, 2014).

#### **2.2.2.2. Planeación táctica**

Según Alvarado (2016), “la planificación táctica es la responsable de todas las acciones y método necesario para lograr los objetivos planteados, es decir los planes de acción con metas establecidas.

La planificación táctica es una extensión de la planificación estratégica, el conjunto de acciones y métodos necesarios para lograr un propósito declarado, Es decir, un plan de acción con metas establecidas (Rivera, Moraga y Ureña, 2020).

Münch (2008) dice que:

Se refiere a los planes más específicos, que se elaboran en cada uno de los departamentos o áreas de la empresa y que subordinan a los planes estratégicos. Es responsabilidad de los jefes o gerentes de área y se enfocan a un área específica de la organización, puede ser mediano y/o a corto plazo. Los planes tácticos son planes detallados de cada gerencia para lograr el plan estratégico (p. 13).

Para Luna (2015) La planificación táctica se refiere a la interpretación del plan estratégico, acercándolo a la realidad del mercado a través de planes específicos para cada departamento o división.

El plan táctico es a mediano plazo, define lo que se debe hacer en todos los niveles de la empresa. La planificación táctica define los pasos necesarios para implementar el plan estratégico de la empresa. La planificación táctica se trata del presente.

#### **2.2.2.2.1. Elementos de la Planeación táctica**

Martínez (2017) plantea que:

Una planeación táctica ha de estar muy bien estudiada y desarrollada, para asegurar un alto grado de cumplimiento en los objetivos deseados.

La empresa o negocio debe tener perfectamente claros; tres puntos muy básicos:

1. ¿Qué es lo que quiere hacer?
2. ¿Cómo quiero hacerlo?
3. ¿Y en cuanto tiempo quiero conseguirlo?

Si esos tres puntos están bien desarrollados, sin dejar mucho margen a la improvisación o al azar, los objetivos que se pretenden conseguir serán mucho más factibles para el negocio (Párr. 2-3)

Los elementos básicos que conforman a un plan táctico funcional se especificaran en el siguiente cuadro:

## Figura 2

### *Elementos de un plan táctico funcional*

OBJETIVOS	Se pretende obtener resultados cuantitativos y cualitativos que desarrollen las actividades en las diferentes áreas funcionales de la empresa en un periodo de mediano plazo.
TÁCTICAS	Se desarrollan estrategias o acciones que permitan el logro de los objetivos establecidos.
PROGRAMAS TÁCTICOS	Se deberá establecer una secuencia cronológica, en la cual se determinen el tiempo en el cual se llevará a cabo cada actividad para lograr los objetivos específicos.
PRESUPUESTOS	Es importante determinar la forma de cómo establecer y obtener los recursos necesarios en un futuro y tiempo determinado para alcanzar los objetivos de la organización.

*Fuente: Rodríguez (2012)*

La planificación táctica traduce la planificación estratégica en resultados concretos y medibles y proporciona herramientas para implementar planes a corto plazo e inspirar la conciencia y el compromiso de los empleados con la organización. Este tipo de plan es esencial para elaborar un buen presupuesto (Rivera, Moraga y Ureña, 2020).

### **2.2.2.3. Planeación operativa**

Münch (2008) define la planeación operativa como:

Es a corto plazo, se diseña y se rige de acuerdo a la planeación táctica, se realizan en niveles de sección u operación. Su función consiste en la formulación y asignación de

resultados y actividades específicas que deben ejecutar los últimos niveles jerárquicos de la empresa. Por lo general, determina las actividades que debe desarrollar el personal (p.13)

Chiavenato (2002) indica que la planeación operativa se centra en "qué hacer" y "cómo hacerlo". Esto es especialmente cierto para las tareas y procesos que se realizan a nivel operativo. Basados en la lógica de un sistema cerrado, los planes operativos apuntan a optimizar y maximizar los resultados, mientras que los planes tácticos apuntan a lograr resultados.

A través de la planificación operativa, los gerentes a nivel operativo anticipan y definen acciones futuras que conducirán al logro exitoso de las metas de la empresa. Dado que hay poca y limitada libertad para realizar tareas y procesos a nivel operativo, la planificación operativa debe basarse en la inmediatez de las tareas y procesos (centrándose solo en el corto plazo), así como abordar el alcance general de las tareas individuales. o procesos.

La planificación operativa implica desarrollar un plan a corto plazo que es la forma más eficaz de lograr los objetivos comerciales. Se llevan a cabo de acuerdo con las directrices del plan táctico (Rivera, Moraga y Ureña, 2020).

#### **2.2.2.3.1. Características de la Planeación operativa**

según Luna (2015) las características de la planeación operativa son:

1. Se desarrolla dentro de los lineamientos sugeridos por la planeación estratégica y la táctica.
2. Es conducida o ejecutada por los jefes de menor rango jerárquico.

3. Trata con actividades normales programadas.
4. Sigue procedimientos y reglas definidas con toda precisión.
5. Generalmente es a corto plazo (p. 63).

Un plan operativo es realizado en un corto período de tiempo, es un conjunto de planes contruidos a partir de los lineamientos de los planes tácticos y estratégicos y define los procesos, planes y acciones necesarios en los niveles inferiores de la organización (Rivera, Moraga y Ureña, 2020).

## **2. 3. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.3.1. Conceptos variable calidad del servicio**

#### **2.3.1.1. Usuario**

Un usuario es alguien que usa algo. El término proviene del latín *usuarius* que hace referencia al destinatario de un servicio público o privado o a una persona que utiliza un objeto



### **2.3.1.2. Percepción**

La percepción es una función mental que permite al cuerpo recibir y procesar (a través de los sentidos) información sobre el estado del medio ambiente y sus cambios.

### **2.3.1.3. Efectividad**

Es un componente de la calidad de atención del usuario que se refiere al grado en que se brinda la atención, es decir, se excluyen los errores.

### **2.3.1.4. Cliente**

La Real Academia de España (2014) afirma que los clientes son aquellos que compran en las tiendas o utilizan con frecuencia los servicios de profesionales o empresas.

### **2.3.1.5. Expectativa**

Resulta que la expectativa es el sentimiento de esperanza que se experimenta ante la posibilidad de alcanzar los objetivos de vida o algún otro logro.

### **2.3.1.6. Satisfacción**

Es la experiencia que tiene una persona al comparar el rendimiento o los resultados de un producto con sus expectativas, como una serie de sentimientos de alegría o decepción.

### **2.3.1.7. Calidad**

Se trata de valor y satisfacción del cliente. En general, la calidad se define como la suma de todos los aspectos y características de un producto o servicio relacionados con su capacidad para satisfacer las necesidades del cliente.

### **2.3.1.8. Servicio**

Casi siempre es una actividad intangible o un conjunto de actividades que satisface un deseo o necesidad a través de interacciones entre clientes, empleados y/o instalaciones físicas de servicio

### **2.3.1.9. Quejas**

Miden esto por el porcentaje de encuestados que se quejaron directamente a la empresa sobre un producto o servicio durante un período de tiempo determinado. Quejarse es la expresión más visible de insatisfacción.

## **2.3.2. Conceptos variable planeación**

### **2.3.2.1. Control**

Mide y ajusta el rendimiento de los componentes comerciales para garantizar que se cumplan las metas y los planes para alcanzar esas metas.

### **2.3.2.2. Planeación**

Anticipar condiciones y situaciones futuras y tomar decisiones sobre planes de acción apropiados.

### **2.3.2.3. Planificación estratégica**

Es el proceso por el cual una organización define y mantiene su relación con su entorno mediante el establecimiento de objetivos y sistemáticamente tratando de crear la relación deseada para el futuro y asignando recursos que los lleven a lograr este objetivo.

#### **2.3.2.4. Meta**

Establece claramente lo que desea lograr sin especificar hitos o establecer estándares de tiempo para lograrlos.

#### **2.3.2.5. Administración**

El proceso de construir y utilizar un conjunto de recursos dedicados en un entorno organizacional para realizar una tarea.

#### **2.3.2.6. Dirección**

El proceso de tratar de influir en otros para lograr las metas organizacionales.

#### **2.3.2.7. Políticas**

Es una amplia base de toma de decisiones que conecta la formulación de la estrategia con la implementación.

#### **2.3.2.8. Ambiente externo**

El conjunto de fuerzas y condiciones externas a la organización que pueden afectar su desempeño.

#### **2.3.2.9. Ambiente interno**

Los factores y fuerzas más importantes en una organización que afectan su desempeño.

## 2.4. ASPECTOS LEGALES

A continuación, se presentan algunas normas que orientan la simplificación, perfeccionamiento y agilización de los documentos, trámites y procedimientos de las entidades públicas, las cuales deben ser tenidas en cuenta para comprender cabalmente la administración pública y brindar mejores servicios a los ciudadanos y al empresario:

- Código Contencioso Administrativo.
- Circular No 06 de 2005 “Implementación del sistema de gestión de la calidad en las entidades del estado obligadas por la ley 872 de 2003, su Decreto 4110 de 2004 y la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2004”.
- Ley 962 de 2005 “Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos”.
- Ley 190 de 1995 “Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa”.

## 2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

**Tabla 1**

*Matriz de variables*

<b>OBJETIVO GENERAL:</b> Analizar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira.			
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
Identificar las dimensiones de la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira, mediante el uso del modelo SERVPERF.	Calidad del Servicio	Factores determinantes de la calidad del servicio	Elementos tangibles
			Fiabilidad
			Capacidad de respuesta
			Seguridad
			Empatía
Conocer el nivel de satisfacción de las empresas contratistas e interventorías frente a la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira.		Nivel de satisfacción de las empresas contratistas frente a la calidad del servicio	Resultado
Proponer estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira.	Al objetivo se le dará respuesta con la realización de la presente investigación		

**Tabla 2**

*Matriz de variables*

VARIABLE	INSTRUMENTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad del Servicio	Adaptación del cuestionario original del modelo SERVPERF propuesto por Cronin y Taylor (1992)	Elementos tangibles	Apariencia física de las instalaciones, equipos y tecnología, presentación del personal y la concordancia entre la institución y la infraestructura física.	1; 2; 3; 4	Escala de Likert de 5 puntos, siendo: Totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni en desacuerdo ni en acuerdo (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5)
		Fiabilidad	Capacidad para ofrecer el servicio prometido de forma sincera, confiable, puntual y libre de dudas.	5; 6; 7; 8; 9	
		Capacidad de respuesta	Información precisa del servicio, capacidad del servicio, disponibilidad y disposición mostrados por los empleados para ayudar a los usuarios.	10; 11, 12; 13	
		Seguridad	El conocimiento, la cordialidad, la competencia	14; 15; 16; 17; 18; 19	

			profesional y la capacidad para inspirar confianza a los usuarios.		
		Empatía	Considera el interés y el conocimiento de las necesidades del cliente, los horarios en los servicios y la atención personalizada del cliente.	20; 21; 22	

## **CAPITULO III.**

### **3. ASPECTOS METODOLÓGICOS.**

En toda investigación científica, además de los nuevos conocimientos que se puedan descubrir, los hechos estudiados y las relaciones que se establecen entre ellos, los resultados obtenidos, las evidencias importantes que se descubren sobre la cuestión objeto de estudio, deben ser consistentes con la confiabilidad, la objetividad y las condiciones para la validez interna, para lo cual debe definir los pasos metodológicos que intentan dar respuesta a la pregunta estudiada.

Arias (2006) define un marco metodológico como un conjunto de pasos, técnicas y procedimientos utilizados para formular y resolver problemas. Este método se basa en la formulación de hipótesis que pueden ser confirmadas o invalidadas por la investigación del problema.

#### **3.1. ENFOQUE METODOLOGICO**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), los métodos cualitativos y cuantitativos son considerados paradigmas en la investigación científica. Esto se debe a que ambos utilizan procedimientos empíricos cuidadosos y sistemáticos para generar conocimiento.

Para la formulación y desarrollo de este trabajo se consideró un enfoque cuantitativo, se puede definir como una estrategia metodológica que permite manejar y trabajar con datos cuantitativos (medibles), esto permite un enfoque sistemático para



el estudio de los acontecimientos sociales "sobre la base de", preferentemente en términos numéricos, y realiza análisis de diversas formas de relaciones estadísticas de estas categorías numéricas (Hernández et al., 2014).

### **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación depende de las preguntas que se formulen y de los objetivos que se pretendan alcanzar con la realización de la investigación. Según Tamayo (2003), la investigación descriptiva implica describir, registrar, analizar y explicar la naturaleza de los fenómenos.

De igual forma, Méndez (2013) afirma: “La investigación descriptiva identifica las características del campo de estudio, indica patrones de comportamiento, define comportamientos específicos y describe y comprueba la asociación entre variables de investigación”.

Teniendo en cuenta los objetivos planteados en esta investigación se determinó que es de tipo descriptiva por cuanto se buscó información sobre el fenómeno para analizar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del Municipio de Maicao Departamento de La Guajira.

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación es no experimental porque los datos fueron recolectados directamente de la realidad en su estado natural, sin modificaciones o alteraciones de la situación con respecto a la variable investigada, tal y como lo expresa

Tamayo (2003), a estos datos se les denominan primarios y su valor radica en que permite cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han de obtener los resultados, lo que facilita su revisión.

Según Hernández (2006), la investigación no experimental es un estudio que se realiza sin manipulación deliberada de la variable en el que se observa los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Por el hecho de analizar el estado de la variable en un determinado momento, el diseño más apropiado bajo el enfoque no experimental es el tipo transeccional de campo, como lo indica Sabino (2000), “los estudios de campo recopilan los datos de interés en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador”.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.4.1. Población**

La población es un conjunto de personas de la misma clase, limitada por el estudio. “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (Tamayo, 2011).

El universo de la población sobre el cual se ha trabajado y mediante la cual se han obtenido los resultados para la variable calidad del servicio, estuvo constituido por 20 empresa representada por doce (12) empresas contratistas y ocho (8) interventorías del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del Municipio de Maicao Departamento de La Guajira

### **3.4.2. Muestra**

Es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta (Hernández, 2014).

Según Tamayo (2006), la muestra es determinada a partir de la población cuantificada para una investigación, por lo que se considera representativa de la población. Su tamaño está determinado por el nivel de precisión requerido por el error de muestreo aceptable o dispuesto a tolerar.

Para la variable calidad del servicio, el tamaño de la muestra corresponde a la población completa, es decir a las 20 empresas contratistas e interventorías, a las cuales se les aplico el cuestionario.

## **3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **3.5.1. Técnicas**

En cuanto a la técnica para la medición de la variable se utilizó la encuesta, que según (Hernández, 2014), es una técnica basada en preguntas, aplicada a un grupo de estudio, utilizando cuestionarios, que, mediante preguntas, en forma personal, telefónica, o correo, permiten investigar las características, opiniones, costumbres, hábitos, gustos, conocimientos, modos y calidad de vida, situación ocupacional, cultural, etcétera, dentro de una comunidad determinada. (p. 165).

### **3.5.2. Instrumento**

De acuerdo a Hernández (2010) un instrumento de medición es un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente.

En este estudio para la variable calidad del servicio se empleó una adaptación del cuestionario del modelo SERVPERF propuesto por Cronin y Taylor (1992), compuesto por 22 preguntas, abarcando cinco dimensiones de la calidad del servicio: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El cuestionario de calidad del servicio al cliente se encuentra en el presente trabajo como anexo A.

### **3.5. TÉCNICA ANÁLISIS DE DATOS**

Los datos serán procesados a través del Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) definido como un conjunto de programas orientados a la realización de análisis estadísticos aplicados a las ciencias sociales.

Para el recuento y ordenamiento de los datos obtenidos se utilizó una hoja de recolección de datos en la cual cada elemento se codificará según el tipo de variable, para su posterior proceso utilizando el programa estadístico SPSS y la elaboración de tablas y gráficos que realcen la importancia de los hallazgos.

## **CAPITULO IV.**

### **4. RESULTADOS.**

En el presente capítulo se observan los resultados arrojados del proceso de recolección de información, los mismos son exhibidos a partir de las respuestas aportadas por las empresas contratista e interventorías que conforman la población del estudio, estos a su vez, fueron obtenidos mediante la aplicación del instrumento elaborados para tal fin con el objetivo de comprobar el comportamiento de la variable, los mismos serán reflejados mediante la construcción de tablas por dimensión.

#### **4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

Se muestra a continuación el análisis de los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a la muestra, la cual, está representada por doce (12) empresas contratistas y ocho (8) interventorías. De igual forma, se presentan los resultados arrojados por los encuestados en la cual se construyeron sus tablas respectivamente por dimensión.

A través de los resultados de la adaptación del cuestionario original del modelo SERVPERF propuesto por Cronin y Taylor (J. Joseph Cronin, 1992), conformado por 5 dimensiones de la calidad del servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, distribuidas en 22 afirmaciones, las cuales se midieron a través de una escala de Likert de 5 puntos, que consistía en darle valores de aprobación o desaprobación a las afirmaciones entre 1 y 5, donde: 1-Totalmente en

desacuerdo, 2- En desacuerdo, 3- Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4- De acuerdo, 5- Totalmente de acuerdo, se realizó el análisis de los resultados.

A continuación, se relacionan cada una de las dimensiones de la calidad del servicio con las respectivas afirmaciones:

### **Dimensión elementos tangibles**

**Tabla 3.**

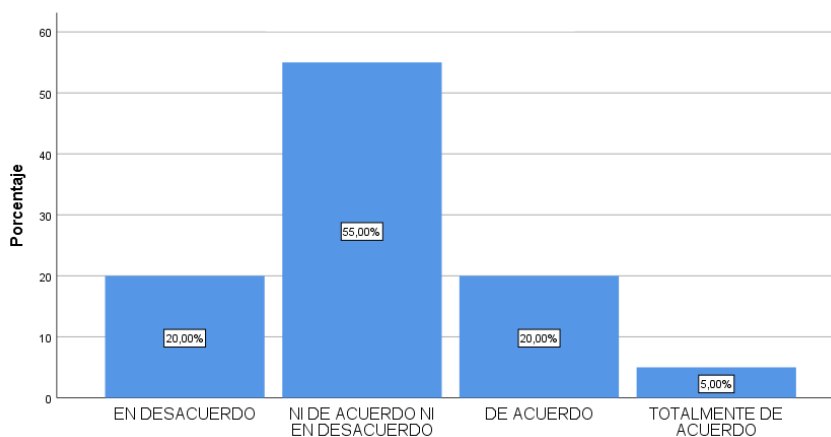
*Valoración general dimensión elementos tangibles*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	4	20,0	20,0	20,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	11	55,0	55,0	75,0
	DE ACUERDO	4	20,0	20,0	95,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración con base en encuestas.

**Figura 4.**

*Valoración general dimensión elementos tangibles.*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

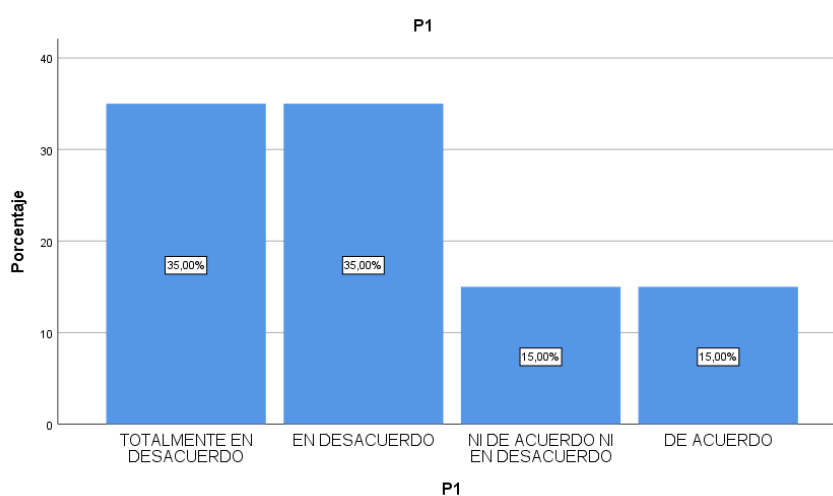
La figura 4 muestra los Elementos tangibles (pregunta de la 1 a la 4), de acuerdo a los resultados obtenidos el 55% de las empresas que significa la mayoría de encuestados manifestaron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la dimensión de elementos tangibles del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del Municipio de Maicao Departamento de La Guajira, este resultado puede asociarse al desconocimiento de las instalaciones físicas en su totalidad, limitando la percepción de los encuestados en términos de apariencia física de las instalaciones y a su vez con los equipos y tecnología con los que cuenta la institución. El 20% de los encuestados afirmaron estar desacuerdo y el 5% totalmente de acuerdo; por otro lado, el 20% de las empresas afirman estar en desacuerdo con la dimensión de elementos tangibles. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra,

ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

### Resultados por ítems pertenecientes a la dimensión de elementos tangible

**Figura 5**

*El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con equipos modernos y funcionales para brindarle un buen servicio*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

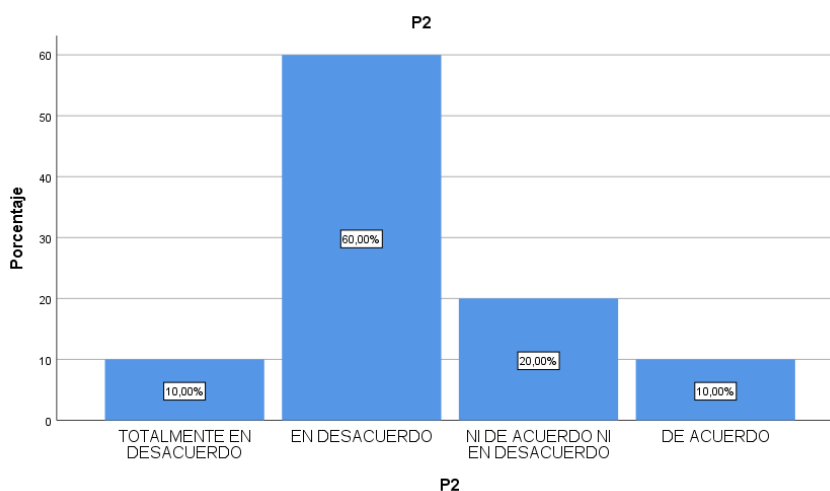
En la figura 5 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con equipos modernos y



funcionales para brindarle un buen servicio”, el 35% de las empresas contratistas e interventorías manifestaron estar totalmente en desacuerdo con dicha información, el 35% en desacuerdo, el 15% de las empresas ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 15% restante de acuerdo. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 6**

*Las instalaciones físicas de El Departamento Administrativo de Planeación son cómodas y visualmente atractivas y poseen un aspecto limpio.*

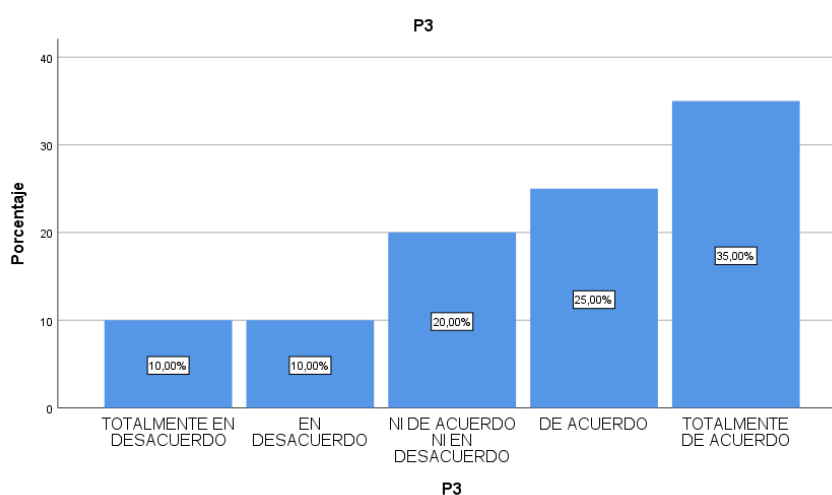


Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 6 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Las instalaciones físicas de El Departamento Administrativo de Planeación son cómodas y visualmente atractivas y poseen un aspecto limpio.”, la mayoría de las empresas que representan un 60% expresaron estar en desacuerdo con esa afirmación, el 20% de las empresas manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% de las empresas totalmente en desacuerdo, y el 10% de las empresas restante de acuerdo. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 7**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación están presentados adecuadamente en sus lugares de trabajo.*

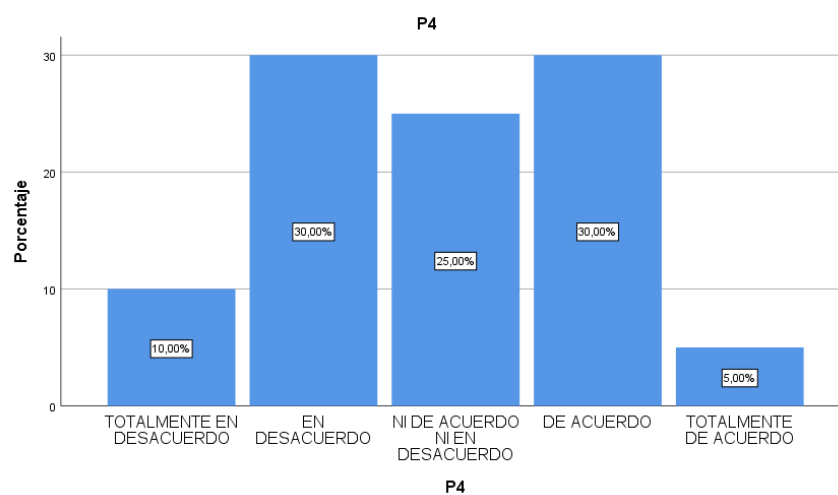


Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 7 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación están presentados adecuadamente en sus lugares de trabajo”, el 35% de la muestra expresaron estar totalmente de acuerdo con esa afirmación, el 25% de las empresas manifestaron estar de acuerdo, el 20% de las empresas expresaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% en desacuerdo y el 10% de los encuestado totalmente en desacuerdo.

**Figura 8**

*El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con instalaciones suficientes para prestar un buen servicio.*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

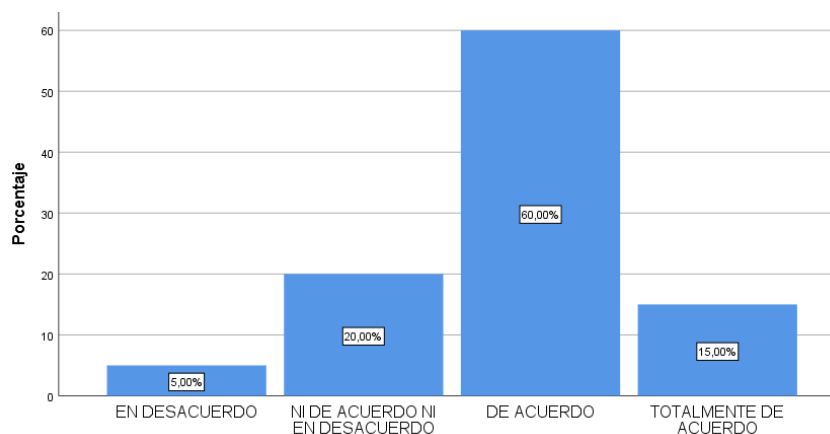
En la figura 8 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con instalaciones suficientes para prestar un buen servicio”, el 30% y el 10% de la muestra expresaron estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente con esa afirmación, el 25% de las empresas manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30% de las empresas expresaron estar de acuerdo y el 5% restante de los encuestado totalmente de acuerdo.

**Tabla 4.**

*Valoración general dimensión elementos de fiabilidad.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	5,0	5,0	5,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	4	20,0	20,0	25,0
	DE ACUERDO	12	60,0	60,0	85,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración con base en encuestas.

**Figura 9.***Valoración general dimensión elementos de fiabilidad*

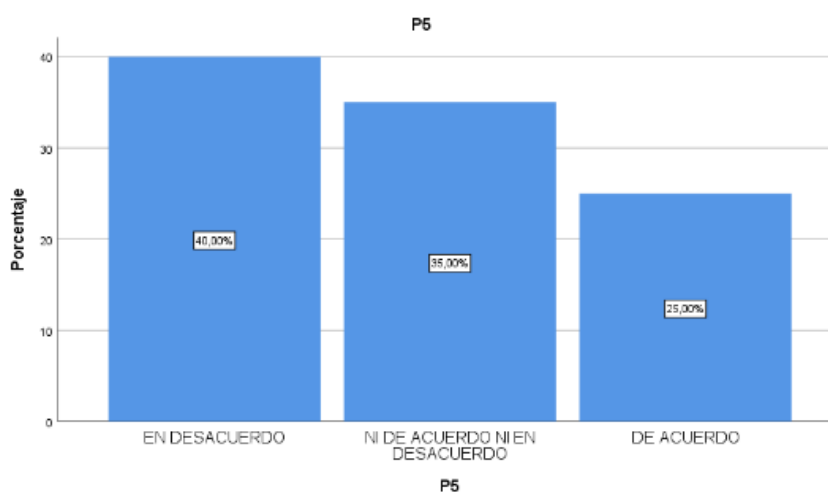
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

La figura 9 hace referencia a la dimensión de fiabilidad (pregunta de la 5 a la 9), se puede observar que la mayoría de las empresas encuestadas con una participación del 60% manifestaron estar de acuerdo con la fiabilidad del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del Municipio de Maicao Departamento de La Guajira, y un 15% de las empresas encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo con la fiabilidad. Esto significa que más del 50% de las empresas están satisfechas con el servicio prestado. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Resultados por ítems pertenecientes a la dimensión de elementos de fiabilidad.**

**Figura 10.**

*Quando El Departamento Administrativo de Planeación promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple.*



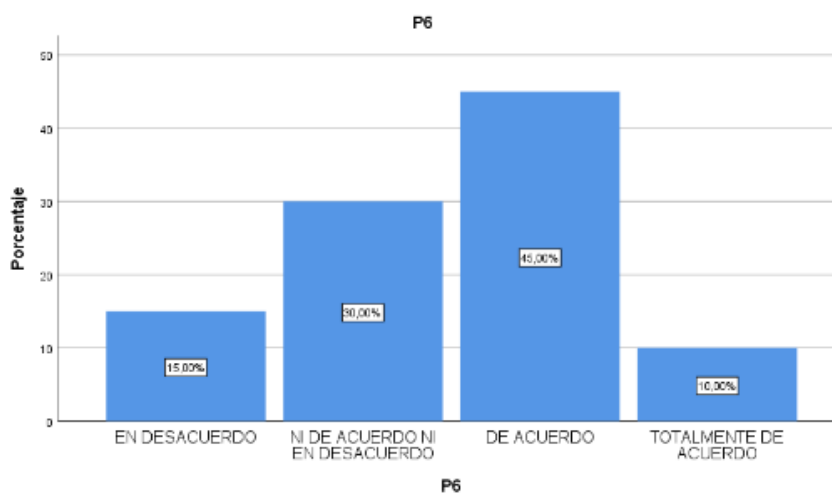
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 10 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Cuando El Departamento Administrativo de Planeación promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple”, el 40% de las empresas manifestaron estar en desacuerdo con dicha afirmación, el 35% de las empresas ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 25% restante están de acuerdo con la afirmación. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e

interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo, ni totalmente de acuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se grafican estas opciones de respuesta.

**Figura 11.**

*Cuando usted tiene algún problema El Departamento Administrativo de Planeación muestra un sincero interés en solucionarlo.*



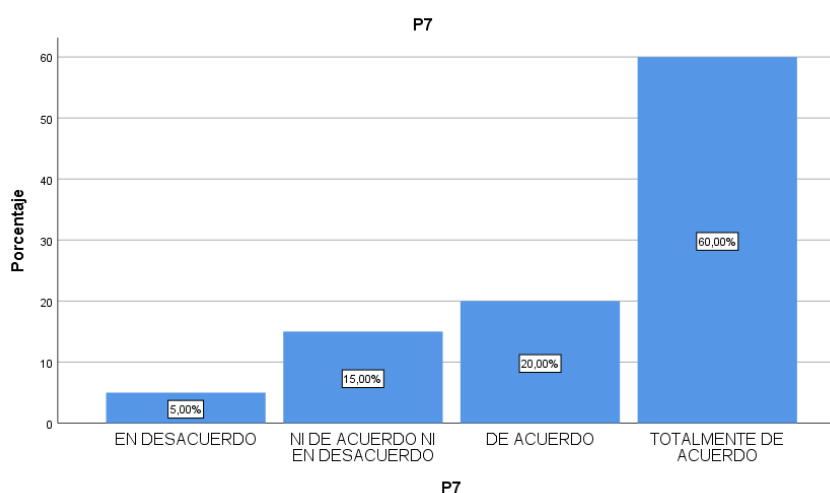
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 11 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Cuando usted tiene algún problema El Departamento Administrativo de Planeación muestra un sincero interés en solucionarlo”, el 45% y el 10% de las empresas manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente a la afirmación, el 30% expresaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 15% de las empresas están

en desacuerdo. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 12.**

*Debe recurrir varias veces a El Departamento Administrativo de Planeación para que le den solución al mismo problema.*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

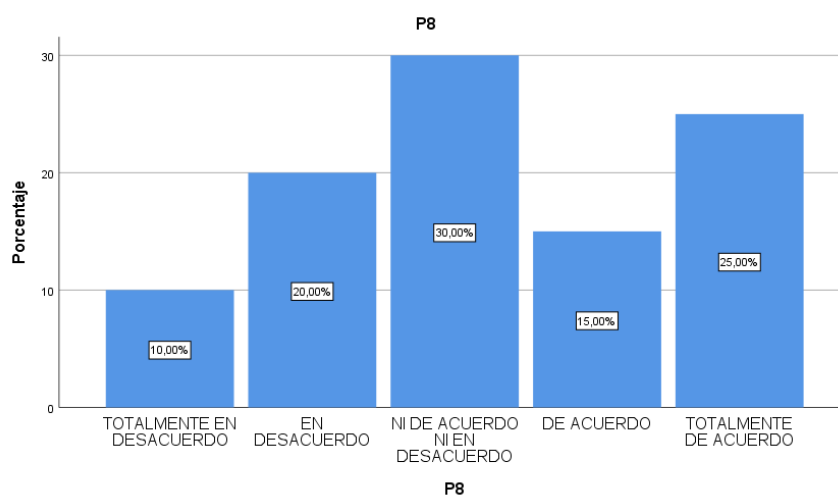
En la figura 12 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Debe recurrir varias veces a El Departamento Administrativo de Planeación para que le den solución al mismo problema”, el 60% de las empresas contratistas e interventorías expresaron estar totalmente de acuerdo, el 20% de acuerdo, el 15% de los encuestados



ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 5% restante de las empresas están en desacuerdo con la afirmación. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 13.**

*El Departamento Administrativo de Planeación da soluciones a su requerimiento en el tiempo prometido.*



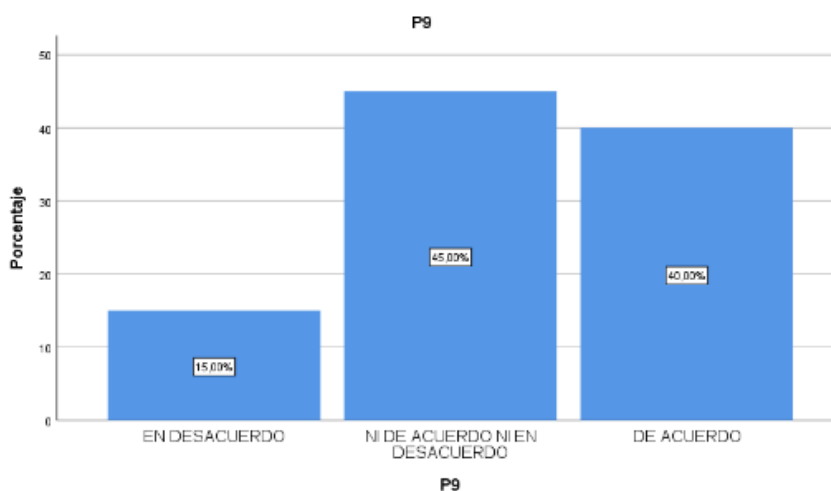
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 13 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “El Departamento Administrativo de Planeación da soluciones a su requerimiento en el

tiempo prometido”, el 30% de las empresas manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, el 25% de las empresas están totalmente de acuerdo, el 20% en desacuerdo, el 15% de acuerdo y por ultimo el 10% de las empresas expresaron estar totalmente de desacuerdo.

**Figura 14.**

*El Departamento Administrativo de Planeación y los funcionarios realizan habitualmente bien el servicio.*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 14 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “. El Departamento Administrativo de Planeación y los funcionarios realizan habitualmente bien el servicio”, a lo que el 45% de la muestra expreso estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, el 40% están de acuerdo y el 15% restante en desacuerdo a la afirmación. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario

a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo ni tampoco totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se grafican esas opciones de respuesta.

**Tabla 5.**

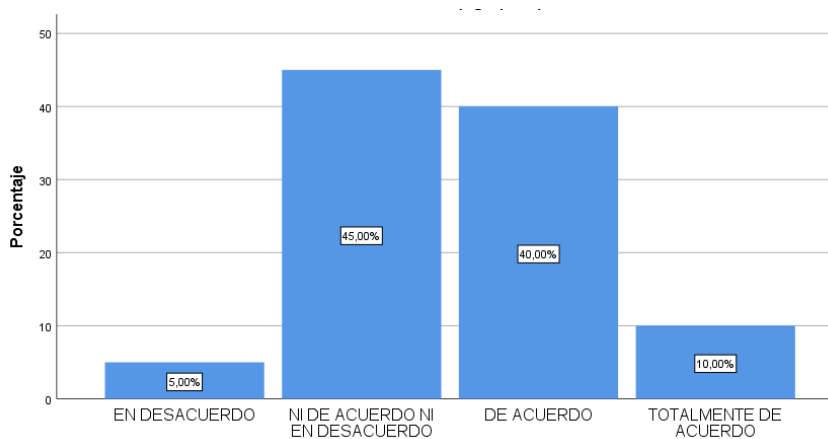
*Valoración general dimensión elementos de capacidad de respuesta.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	5,0	5,0	5,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	9	45,0	45,0	50,0
	DE ACUERDO	8	40,0	40,0	90,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración con base en encuestas.

**Figura 15.**

*Valoración general dimensión elementos de capacidad de respuesta.*



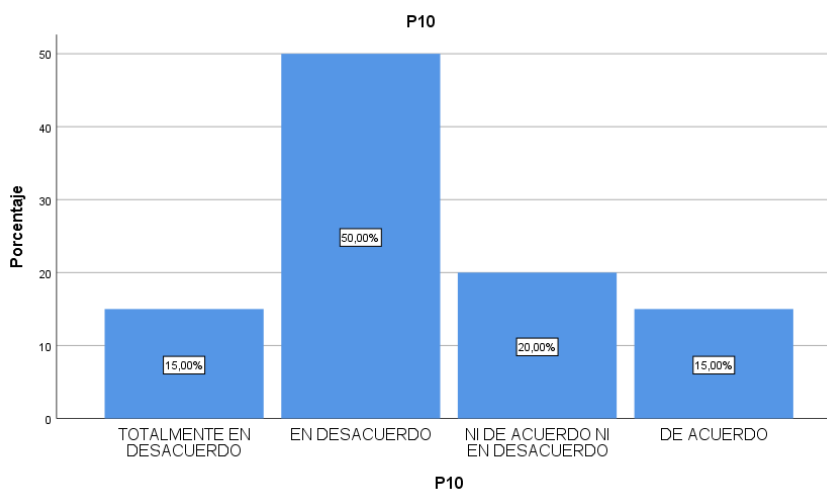
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

La figura 15 muestra la dimensión capacidad de respuesta (pregunta de la 10 a la 13), de acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de las empresas encuestadas con un 45% manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 40% declararon estar de acuerdo con la capacidad de respuesta del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del Municipio de Maicao Departamento de La Guajira, seguido de un 10% que afirmo estar totalmente de acuerdo y un 5% en desacuerdo. Lo anterior significa que la mayoría de las empresas no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la dimensión que evalúa la percepción la capacidad de respuesta. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

### Ítems pertenecientes a la dimensión de elementos de capacidad de respuesta.

**Figura 16.**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación informan con precisión a sus usuarios cuando se llevara a cabo cada servicio.*



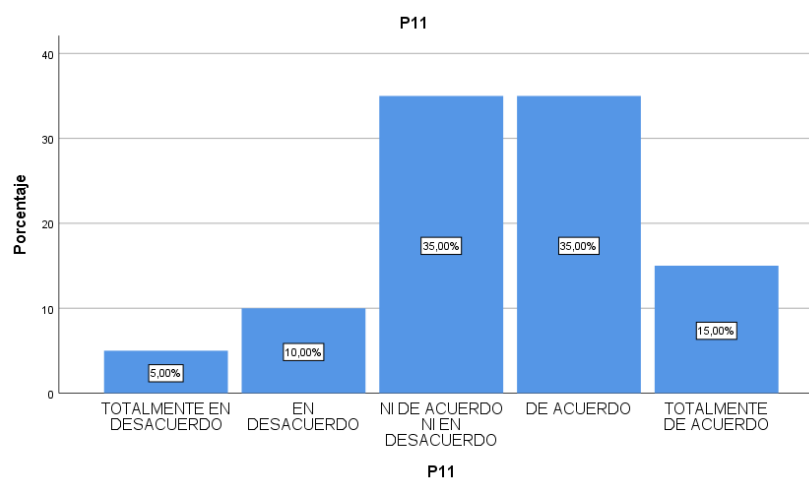
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 16 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “ Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación informan con precisión a sus usuarios cuando se llevara a cabo cada servicio”, el 50% de las empresas manifestaron estar en desacuerdo con dicha afirmación, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15% de las empresas expresaron estar totalmente de acuerdo y el 15% restante están de acuerdo con la afirmación, ya que en las afirmaciones como si los funcionarios están capacitados para ayudarles a resolver inconvenientes, y si siempre están dispuesto a ayudar a sus usuarios, gran parte de los encuestados respondieron a

no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 17.**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación están capacitados y a disposición para ayudarles a resolver inconvenientes en un tiempo adecuado.*



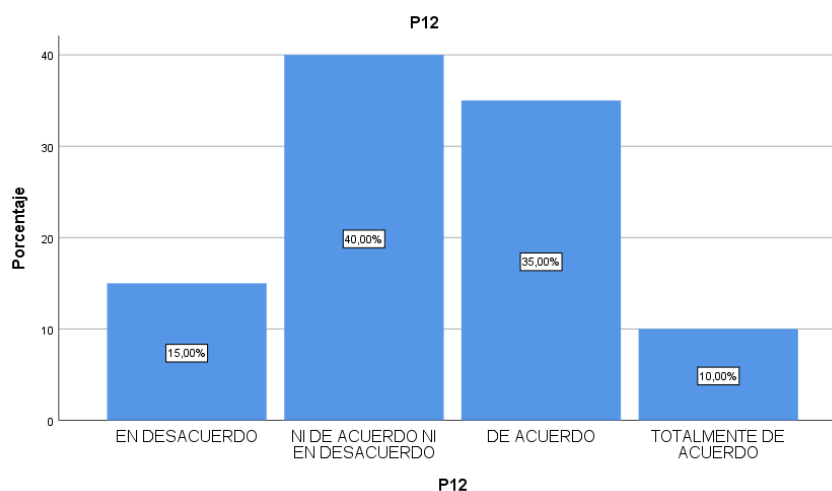
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 17 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación están capacitados y a disposición para ayudarles a resolver inconvenientes en un tiempo adecuado.”, el 35%

de la muestra expreso estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, otro 35% están de acuerdo, el 15% de las empresas totalmente de acuerdo, el 10% en desacuerdo y el 5% restante están totalmente en desacuerdo.

**Figura 18.**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios.*



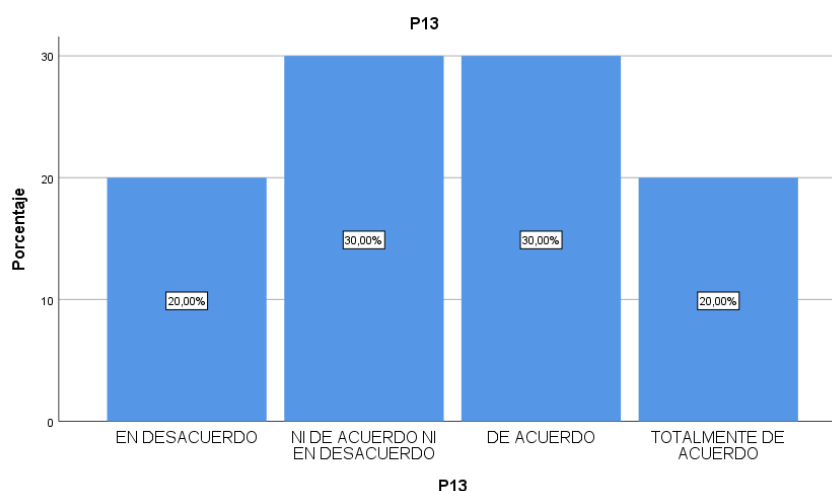
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 18 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “. Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios.” a lo que el 40% de la muestra expreso estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 35% de acuerdo con la afirmación, el 15% de las empresas en desacuerdo y el 10% totalmente de acuerdo. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e

interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 19.**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación disponen del tiempo necesario para responder oportunamente a las solicitudes de sus usuarios.*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 19 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación disponen del tiempo necesario para responder oportunamente a las solicitudes de sus usuarios.” el 30% de las empresas contratistas e interventorías expresaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30% y el 20% de las empresas manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, y el 20% restante expresaron estar en



desacuerdo con la afirmación. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Tabla 6.**

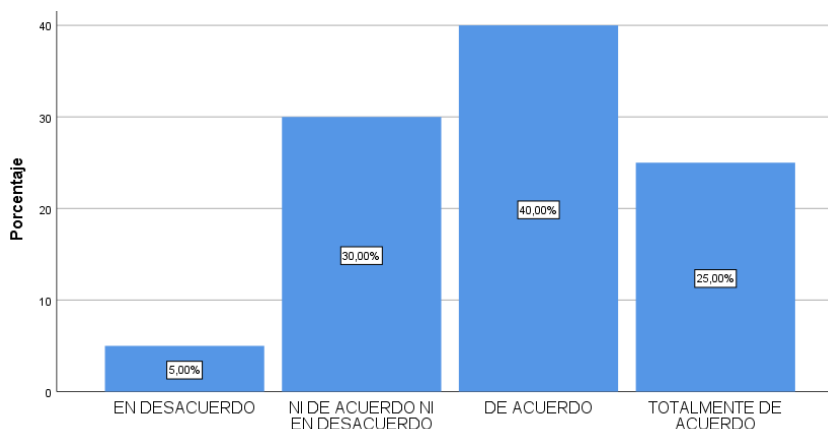
*Valoración general dimensión elementos de seguridad.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	5,0	5,0	5,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	6	30,0	30,0	35,0
	DE ACUERDO	8	40,0	40,0	75,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración con base en encuestas.

**Figura 20.**

*Valoración general dimensión elementos de seguridad*



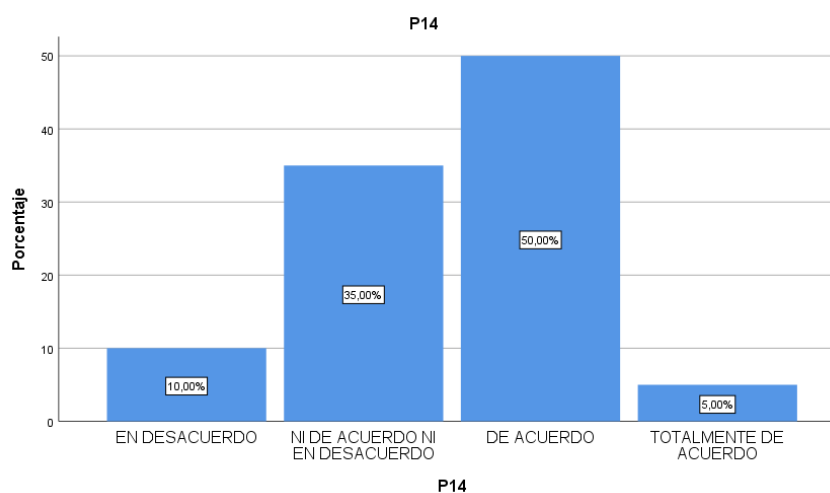
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 20 se muestra la dimensión Seguridad (pregunta de la 14 a la 19), de acuerdo a los resultados se puede observar que las empresas encuestadas manifestaron con un 40% estar de acuerdo con esta dimensión, y el 25% totalmente de acuerdo, mientras que un 30% están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el servicio prestado, y el restante de las empresas que corresponden a un 5% expresaron estar en desacuerdo. Por tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos se podría considerar que el Departamento de Planeación desempeñan el servicio de forma segura y confiable hacia las empresas contratistas en interventorías. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

### Ítems pertenecientes a la dimensión de seguridad.

**Figura 21**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación inspiran confianza a sus usuarios mediante los procedimientos que realizan.*



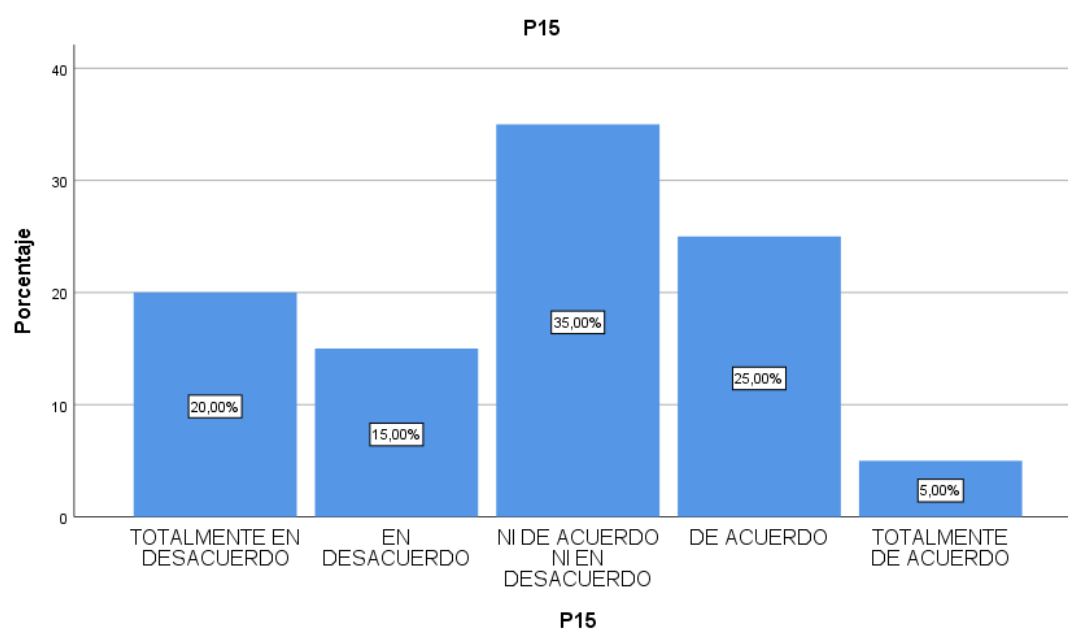
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 21 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “ Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación inspiran confianza a sus usuarios mediante los procedimientos que realizan.” a lo que el 50% y el 5% de las empresas encuestadas manifestaron estar de acuerdo y totalmente respectivamente, el 35% de las empresas ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación y el 10% restante en desacuerdo. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar

totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 22.**

*Los usuarios de El Departamento Administrativo de Planeación se sienten seguros con los trámites que realizan a través de la página web.*



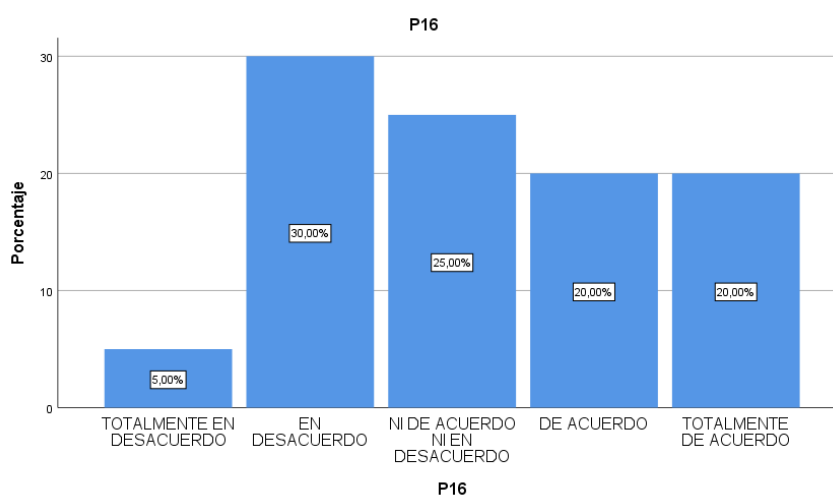
Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 22 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los usuarios de El Departamento Administrativo de Planeación se sienten seguros con los trámites que realizan a través de la página web” el 35% de las empresas manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación, el 25% están de acuerdo, el

20% de los encuestados expresaron estar totalmente en desacuerdo, el 15% están en desacuerdo y el 5% de las empresas restantes están totalmente de acuerdo.

**Figura 23.**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación son cordiales con sus usuarios.*

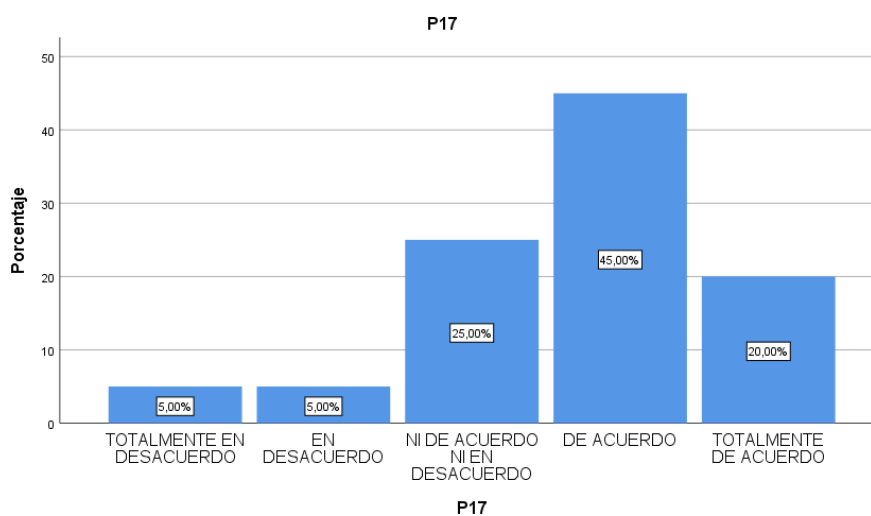


Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 23 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación son cordiales con sus usuarios” el 30% de las empresas manifestaron estar en desacuerdo, el 25% están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, el 20% de los encuestados están de acuerdo, el otro 20% totalmente de acuerdo con la afirmación y el 5% restante totalmente en desacuerdo.

**Figura 24.**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación cuentan con el apoyo de la institución para hacer un buen trabajo.*

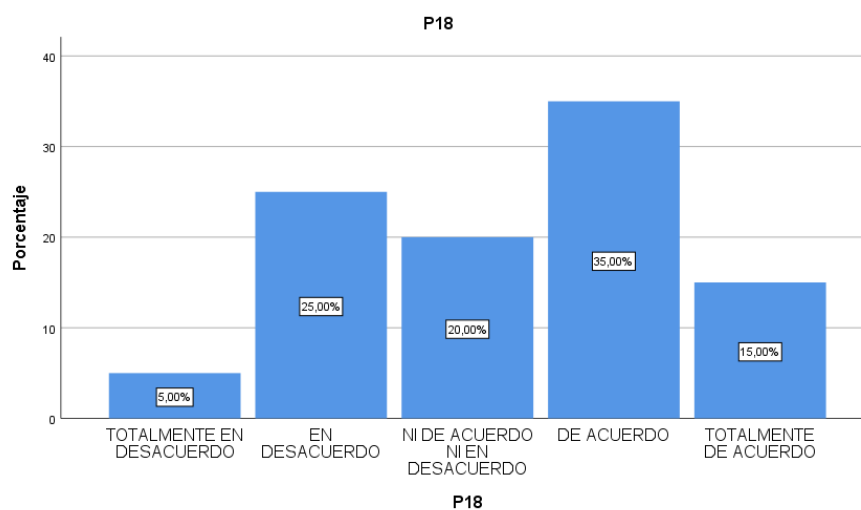


Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 24 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación cuentan con el apoyo de la institución para hacer un buen trabajo.” A lo que mas del 50% de las empresas encuestadas afirmaron estar de acuerdo (45%) y totalmente de acuerdo (20%), el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, y solo el 10% de las empresas están en desacuerdo (5%) y totalmente en desacuerdo (5%).

**Figura 25.**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación tienen conocimiento suficiente para responder a los usuarios de forma clara y precisa.*

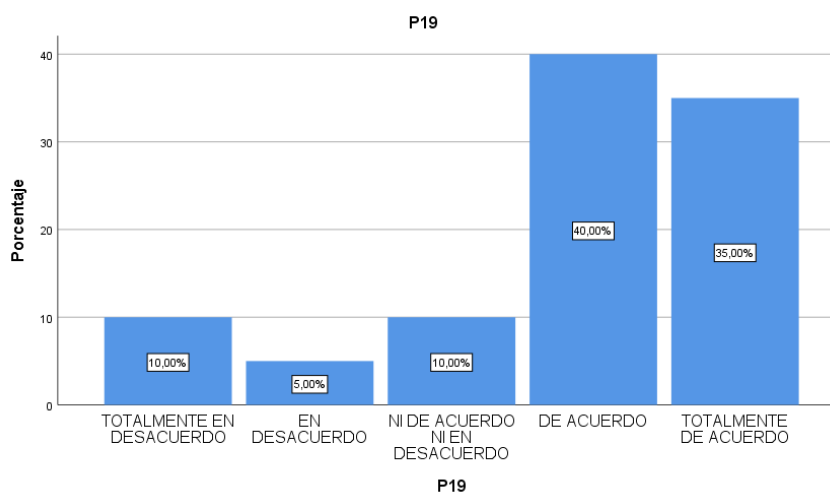


Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 25 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación tienen conocimiento suficiente para responder a los usuarios de forma clara y precisa.” La mayor parte de la muestra está de acuerdo con dicha afirmación (35%), y 25% está en desacuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15% de las empresas están totalmente de acuerdo y el 5% restante están totalmente en desacuerdo con la afirmación.

**Figura 26.**

*Los usuarios de El Departamento Administrativo de Planeación se sienten seguros con los trámites que realizan personalmente ante la institución.*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 26 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los usuarios de El Departamento Administrativo de Planeación se sienten seguros con los trámites que realizan personalmente ante la institución.” A lo que el 40% de las empresas encuestadas y el 35% manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, un 10% de las empresas están totalmente en desacuerdo con la afirmación, otro 10% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 5% restantes están en desacuerdo.



**Tabla 7.**

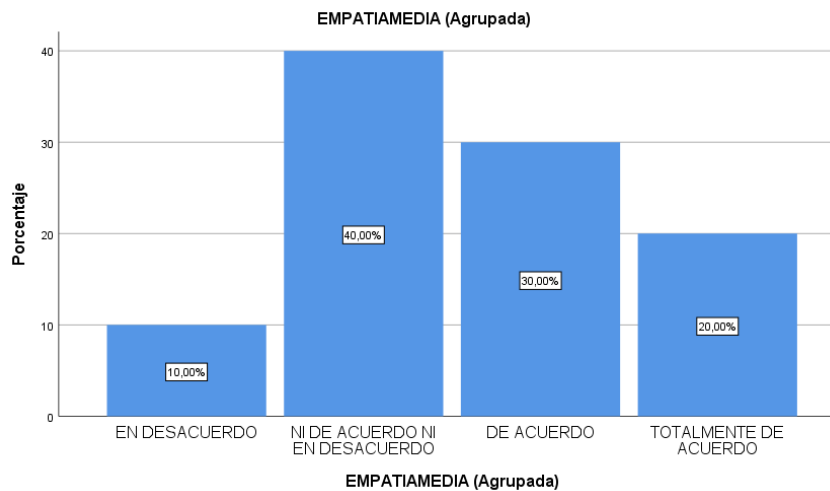
*Valoración general dimensión elementos de empatía.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	2	10,0	10,0	10,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	8	40,0	40,0	50,0
	DE ACUERDO	6	30,0	30,0	80,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración con base en encuestas.

**Figura 27.**

*Valoración general dimensión elementos de empatía*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

La figura 27 hace referencia a la dimensión la Empatía (pregunta de la 20 a la 22), de acuerdo a los resultados se puede observar que la mayoría de las empresas encuestadas, manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la dimensión de empatía con un 40%, seguido por el 30% que afirmo estar de acuerdo con la dimensión de empatía, el 20% de las empresas están totalmente de acuerdo y un 10% manifestaron estar en desacuerdo.

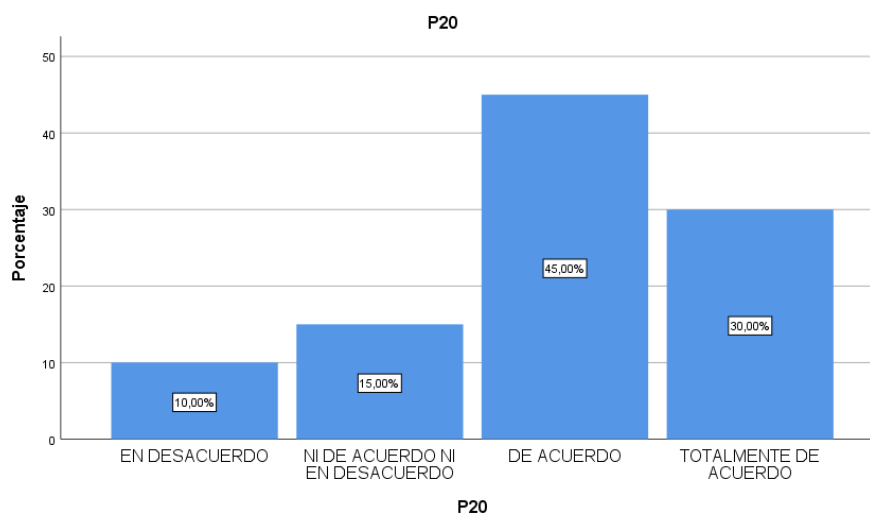
Los anteriores resultados dan a conocer que el 50% de las empresas encuestadas están de acuerdo con el servicio que presta el Departamento de Planeación y la capacidad de sentir y comprender las emociones de otros, y gran parte de las empresas (40%) tienen cierto grado de insatisfacción, pero se conforman con el servicio prestado.

Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

### **Ítems pertenecientes a la dimensión de elementos de empatía**

#### **Figura 28.**

*El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con horarios de atención convenientes para atender a todos sus usuarios.*

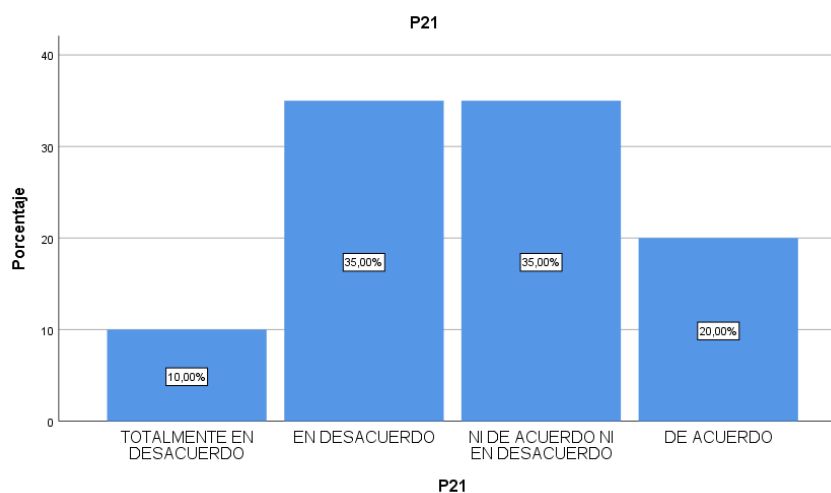


Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 28 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con horarios de atención convenientes para atender a todos sus usuarios.” El 45% de las empresas contratistas e interventorías manifestaron estar de acuerdo con dicha afirmación, el 30% están totalmente de acuerdo, el 15% de los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 10% restante en desacuerdo. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente en desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 29.**

*Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación conocen las necesidades de sus usuarios.*

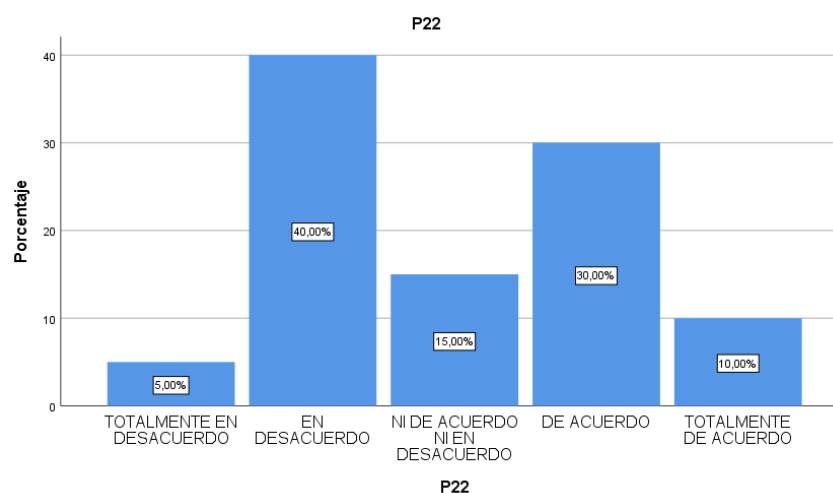


Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 29 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación conocen las necesidades de sus usuarios.” a lo que el 35% de la muestra expreso estar en desacuerdo, y 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% de las empresas manifestaron estar de acuerdo y el 10% restante totalmente en desacuerdo. Igualmente es importante aclarar que, una vez aplicado el cuestionario a la muestra, ninguna de las empresas contratistas e interventorías respondieron estar totalmente desacuerdo con la pregunta, por tal motivo ni en la tabla ni en la figura se gráfica esa opción de respuesta.

**Figura 30.**

*Los usuarios creen que la actitud de trabajo de los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación es la adecuada.*



Fuente: Elaboración con base en encuestas.

En la figura 30 se muestran los resultados relacionados con la afirmación “Los usuarios creen que la actitud de trabajo de los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación es la adecuada.” La mayor parte de las empresas encuestadas en un 40% manifestaron estar en desacuerdo con la afirmación, el 30% expresaron estar de acuerdo, el 15% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% de los encuestados están totalmente de acuerdo y el 5% restante manifestaron estar totalmente en desacuerdo con dicha afirmación.

## CONCLUSIONES

El tema calidad de servicio al cliente no es nuevo y los aportes teóricos al respecto han generado discusiones importantes sobre la definición y la forma de evaluar donde después de una revisión bibliográfica se determinó que los modelos más utilizados para medir la calidad del servicio eran SERVQUAL y el SERVPERF (Duque y Diosa, 2014) este último fue el que se utilizó para la presente investigación; por la facilidad para medir la calidad del servicio.

El objetivo general de la presente investigación fue Analizar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira, las autoras de este estudio aplicaron el instrumento seleccionado y descrito anteriormente, obteniendo así los resultados con los cuales se pretenden dar respuesta a cada uno de los objetivos específicos establecidos, como se presentarán a continuación.

En relación con el primer objetivo, *Identificar las dimensiones de la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira, mediante el uso del modelo SERVPERF*, se realiza el análisis de cada una de las dimensiones de la calidad en conjunto con los elementos que las componen. Con el uso de la escala de Likert de 5 puntos fue posible identificar de mejor manera los puntos fuertes y débiles de cada dimensión, si los resultados de los clientes se encuentran entre 1 a 2 puntos, significa que no están de acuerdo con el cumplimiento de la dimensión; por otro lado, si los resultados de los

clientes se encuentran entre 4 a 5 puntos, significa que los clientes de una u otra manera están de acuerdo con el cumplimiento de la dimensión y, por último, si los clientes ubicaron su respuesta en el punto intermedio 3, representa su falta de conocimiento sobre el tema.

La dimensión de Elementos tangibles está conformada por las 4 primeras preguntas de la encuesta. Las preguntas que componen esta dimensión están relacionadas principalmente a si cuenta con equipos modernos y funcionales para brindar un buen servicio, instalaciones físicas visualmente atractivas, apariencia del personal y si cuentan con instalaciones suficientes para prestar un buen servicio. En cuanto a esta dimensión el 55% de las empresas encuestadas se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con esta dimensión, uno de los ítems que mayor valor obtuvo, fue el ítem que hizo referencia a que las instalaciones físicas son cómodas y visualmente atractivas y poseen un aspecto limpio, a la que gran parte de los encuestados (70%) no están de acuerdo con la afirmación.

Otros ítems que vale la pena recalcar en esta dimensión es el relacionado a la presentación física de los funcionarios en sus lugares de trabajo con un porcentaje favorable del 60%; lo cual es coherente con lo planteado por la Escuela Nórdica Eiglier y Langeard (1987), que plantea como elemento fundamental de la calidad del servicio el personal y los clientes.

La dimensión de fiabilidad está conformada por las preguntas 5 a 9 de la encuesta. Dicha dimensión se compone principalmente por el cumplimiento de las promesas al

usuario, interés del personal en resolver los problemas, el usuario debe de ir varias veces para que le den solución al problema, cumplimiento de tiempos de espera establecidos y un servicio con el mínimo de errores en los registros. Es decir, esta dimensión busca que los empleados tengan las habilidades necesarias para realizar el servicio promedio de la mejor manera posible, procurando siempre ofrecer un servicio confiable en todos los sentidos. Al respecto podemos evidenciar que el 75% de las empresas encuestadas están de acuerdo con esta dimensión.

La dimensión de capacidad de respuesta está conformada por las preguntas 10 a 13 de la encuesta. Dicha dimensión se compone principalmente por la información del personal sobre cuando se llevara a cabo cada servicio, rapidez en la atención, y la disposición y disponibilidad del personal para ayudar y responder las inquietudes de los usuarios, en relación a lo anterior el 50% de las empresas encuestadas manifestaron estar de acuerdo con esta dimensión.

La dimensión de seguridad está conformada por las preguntas 14 a 19 de la encuesta. Dicha dimensión se compone principalmente por la confianza que inspire el comportamiento del personal, seguridad en los tramites por la página web, amabilidad de los empleados, el conocimiento del personal para responder cualquier inquietud de los usuarios y si sienten seguros con los tramites que realizan ante la institución. Es decir, esta dimensión busca que los empleados inspiren credibilidad y confianza a sus usuarios. Frente a esta dimensión el 65% de las empresas manifestaron estar de acuerdo.



La dimensión de empatía está conformada por las preguntas 20 a 22 de la encuesta que se detalla. Dicha dimensión se compone principalmente por los horarios de atención convenientes, si los empleados conocen las necesidades de los usuarios y si la actitud de los empleados es la adecuada. Es decir, esta dimensión busca que los empleados tengan la capacidad de comprender cada uno de los requerimientos de los usuarios, ponerse en la posición del cliente y así atenderlos como se merecen. Respecto a esto, el 50% de las empresas pertenecientes a la muestra expresaron estar de acuerdo.

Continuando con los hallazgos encontrados, y para dar respuesta al segundo objetivo específico de la investigación “Conocer el nivel de satisfacción de las empresas contratistas e interventorías frente a la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira”; de acuerdo a los resultados encontrados en cada una de la dimensiones, a manera general se pudo concluir que actualmente la calidad en el servicio del Departamento administrativo de Planeación no se define exactamente como muy buena o muy mala; realizar un juicio exacto no es lo ideal, ya que a pesar de que muchas de las empresas se encuentran de acuerdo con la calidad del servicio (60%), se destaca también que un gran porcentaje de los encuestados que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo (35%), ya que mostraron estar en una situación de imparcialidad ante varias de las preguntas y/o afirmaciones que se implementaron en el instrumentos; y se nota que también existe un pequeño grado de desconformidad con el servicio recibido(5%). A lo que podemos denominar un resultado regular al nivel de satisfacción de las empresas frente a la calidad del servicio.

Para dar respuesta al tercer objetivo específico de la investigación, el cual es *“Proponer estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira”*, a continuación, se plantean estrategias de mejora que representan sugerencias que el Departamento Administrativo debe aplicar en sus actividades diarias para mejorar la calidad de sus servicios.

El objetivo principal de la estrategia de mejora es convertir un buen servicio en un servicio excelente, corregir los factores negativos en el proceso de prestación del servicio, depende de la disposición de los gerentes y empleados para mejorar las actividades. A través del plan de mejora formulado por la empresa en la estrategia de desarrollo, se puede lograr una evolución gradual y se pueden obtener los resultados esperados cuando se formule el plan de mejora. En cuanto a la calidad, si las empresas centran sus esfuerzos en desarrollar estrategias para mejorar los servicios que prestan a sus usuarios, los principales resultados que verán reflejados serán la correcta satisfacción de los usuarios y su fidelización.

En los resultados obtenidos en cuanto a las percepciones de la calidad en los servicios, se refleja que gran parte de las empresas contratistas e interventorías consideran que los servicios recibidos por parte del Departamento Administrativo de Planeación son satisfactorios, sin embargo, un porcentaje alto de las empresas no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo y existe una pequeña porción de la población analizada que en uno u otro aspecto le ha otorgado un valor negativo al servicio. Por esta razón, a pesar de que los encuestados han tenido una buena experiencia con

respecto a la calidad en los servicios, resulta necesario analizar cuáles son las mejores técnicas o actividades que hacen que el servicio sea totalmente de calidad y mediante ello conseguir una correcta satisfacción de los clientes.

### **Propuestas de mejora por dimensión**

- Elementos tangibles

Es necesario que el departamento Administrativo de planeación adquiriera equipos modernos y funcionales para la atención de los usuarios

Revisar si los muebles con los que cuenta el Departamento Administrativo de Planeación son los adecuados para el confort de los usuarios, en caso de no serlo o contar con muebles en malas condiciones, es indispensable repararlos o invertir en nuevos muebles de calidad (para evitar inversiones extras con el paso del tiempo) que ayuden a los usuarios a tener una buena experiencia.

- Fiabilidad

Capacitar a los empleados del Departamento Administrativo de Planeación en temas referentes a relaciones humanas en el servicio al cliente.

Capacitar a los empleados del Departamento Administrativo de Planeación en lo relacionado a los tiempos de respuestas a las solicitudes.

- Capacidad de respuesta

Capacitar los empleados del Departamento Administrativo de Planeación sobre las mejores prácticas en el manejo efectivo de quejas con el fin de ayudar a los usuarios a resolver sus inconvenientes.

Hacer cumplir los tiempos de respuestas estipulados en el procedimiento de atención al ciudadano.

- Seguridad

Implementar una plataforma para que los usuarios radiquen solicitudes, queja y/o reclamos.

Vigilar las condiciones de seguridad de todos los ambientes físicos.

Capacitar al personal sobre las técnicas para crear e implementar protocolos de atención al cliente.

- Empatía

Capacitar al personal en técnicas de conexión empática con los clientes.

## RECOMENDACIONES

El Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira debe organizarse de manera que pueda brindar oportunidades que ayuden a mejorar su gestión, para realizar diagnósticos oportunos, pertinentes y adecuados que les ayuden a determinar el nivel de percepción que tienen los usuarios que acuden diariamente a los servicios físicos.

El Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira debe incrementar sus servicios y áreas de atención, con personal más capacitado, que entienda sus funciones, trate a los usuarios con amabilidad y confianza, y que se sientan cómodo con la gestión.

Es muy importante que El Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del municipio de Maicao departamento de La Guajira cuente con personal comprometido, capacitado y actualizado para que puedan brindar servicios de calidad y estén listos para responder a lo que la comunidad de usuarios necesita, desea o quiere lograr en la Entidad pública.

Para finalizar se puede agregar que esta investigación abre las puertas a otras posibles investigaciones en donde se profundice dimensión a dimensión con la finalidad de ampliar los resultados obtenidos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bustos, M. (2016). *Aproximación a la estructura sistemática del derecho administrativo económico colombiano*. Justicia Juris. <http://ojs.uac.edu.co/index.php/justicia-juris/article/view/885>
- Arnoletto, E., & Diaz, A. (2009). *Un aporte a la gestión pública. Hacia nuevos enfoques en la gestión organizacional de la administración pública*. Cordoba Argentina. <https://mgp2015.files.wordpress.com/2015/01/documento-de-apoyo1.pdf>
- García, M. de los Á. O., Verdugo, M. C., Riquelme, A., & Junco, J. G. del. (2014). La relación entre aprendizaje organizacional y los resultados en la Administración Pública. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 23(1), 1-10.
- Sánchez Murillo, Y., & Dorado Medina, C. P. (2013). *La importancia de la calidad en servicio al cliente*. Imporfenix sas. <http://repository.unad.edu.co/handle/10596/21405>
- Gelvez, J. S. (2010). “Estado del arte de modelos de medición de la satisfacción del cliente”. Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas, Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga.

Contreras, C. E. M. (2011). La Calidad Del Servicio Y La Satisfacción Del Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146-162.

Alvitez Miranda, K. L. (2019). Medición y análisis de calidad y estrategias de mejora para empresas de servicios de Piura. *Universidad de Piura*.  
<https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4122>

Pérez, J. y Muñoz, L. (2013). “Espacio literario relevante sobre la evaluación de la calidad del servicio: países de realización de los estudios, métodos de análisis, índices de fiabilidad, hipótesis y desafíos”. *Ingeniería Investigación y Tecnología*, 15(3), pp. 479– 492

Anzola, S. (2002). *Administración de pequeñas empresas*. México: Mc Graw – Hill Interamericana.

Amador, J. (2008). *Proceso Administrativo*, disponible en:  
[http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/procesoadministrativo/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/procesoadministrativo/).

Daft, R. (2004). *Administration*. Editor Cengage learning editores.

Louffat, E. (2012). *Administración: fundamentos del proceso administrativo*. 3a. ed. Argentina: Editorial Cengage Learning Argentina.

Rodríguez Santillán, J. C. (2017). La percepción de la gestión administrativa y percepción de la ejecución presupuestal en el Programa Nacional—INABIF -

2016. *Universidad César Vallejo.*

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23599>

Rueda, J. R. (2014). Diseño de un Modelo de Planeacion Estrategica. Recuperado el 2022, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/45972/1/1072655924.2013.pdf>

Alvarez, Y. (2018). *Planeación estratégica del área de servicio al cliente en la compañía WM Wireless Y Mobile Ltda.* Recuperado 30 de octubre de 2022, de <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/11562>

Alvarado, A. (2016) La importancia de la planeación. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-la-planeacion/>

Munch, L. (2008) *Planeación Estratégica: El rumbo hacia el éxito* (2da edición) México: Editorial Pearson Education.

Luna, A. (2015) *Proceso Administrativo* (1era edición) México D. F., México: Grupo Editorial Patria.

Chiavenato, I. (2002) *Administración: Teoría, procesos y practica* (3era edición) México: McGraw-Hill

Martínez, E. (2017) *Marketing4food: Planificación táctica.* Recuperado de <https://www.marketing4food.com/glosario/planificacion-tactica/>

Serna, G. H. (2000). *Gerencia Estrategica.* México: 3R.



- Rivera, A. A., Moraga Arguello, C. V., & Ureña Vivas, R. D. (2020). *Proceso Administrativo: La planeación como fase del proceso administrativo* [Other, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. <https://repositorio.unan.edu.ni/12854/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw-Hill.
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México, D.F., Limusa. Noriega Editores.
- Hernández, R; Fernández, C y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México, D.F., Mc Graw Hill.
- Arias, F. (2006). *Proyecto de investigación: introducción a la metodología científica* (5° ed.) Caracas: Espítome.
- Bedoya, L., & Zuluaga, J. (2015). *Propuesta de planeación estratégica para la empresa Alberto Rendón Castrillon/ Lavasalud&Dist*. Recuperado 30 de octubre de 2022, de <https://repositorio.utp.edu.co/items/875d60ee-9f48-433f-abd7-cdb563878c94>
- Braca, E. (2017). *Los Modelos de planeación*. Obtenido de <http://es.calameo.com/books/0050576581a69833e3398>

- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., Delgado-Rivas, J. G., Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: Un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, *15*(2), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Bavaresco, A. *Proceso metodológico en la investigación* (Sexta). Librería virtual ozal. Recuperado 30 de octubre de 2022, de <https://1library.co/document/oz1n80dy-proceso-metodologico-en-la-investigacion-bavaresco-reduc.html>
- Huamán Bedón, R. J. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015. *Universidad César Vallejo*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11990>
- Hidalgo Freire, M. F. (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato* [MasterThesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Maestría en Gestión Empresarial basado en Métodos Cuantitativos]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/30033>
- Rico Trejos, E. (2018). *Evaluación del proceso de atención al ciudadano de la Alcaldía de Pereira por medio de la implementación de una herramienta web que permita valorar el nivel de satisfacción de los usuarios a través de las PQRS*. <http://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/17939>

- Zapata Robles, H. L., Pimienta Fonseca, R. A., & Mejía Hernández, J. (2020). *Satisfacción de los usuarios en la atención del servicio de consulta externa especializada en la IPS Sociedad Médica Clínica Maicao s.a. En el municipio de Maicao*. <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/handle/uniguajira/392>
- Salas Leal, G. K. (2019). *Análisis de la Calidad del Servicio en el Sector Público. Caso Contraloría Departamental del Meta*. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/3429>
- Duque, E. (2005). “Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición”. *INNOVAR Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), pp. 64-80
- Ruiz, O. (2001). “Gestión de la calidad del servicio a través de indicadores externos”. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). Madrid, España
- Colmenares, O. A., y Saavedra, J. L. (2007). “Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio”. *Técnica administrativa*, 06(04).
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. *INNOVAR Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*
- Gálvez, A. (2016). *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual*. Programa de Doctorado en

Administración y Dirección de Empresas. Universidad Católica San Antonio,  
Murcia

Oviedo, M., Castellanos, M., Riquelme, A., & García, J. (2014). La relación entre aprendizaje organizacional y los resultados en la Administración Pública. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23(1), 1–10.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4568224>

Aguiar, H. (2014). *Hacia un modelo de excelencia para la administración pública central, institucional y dependiente de la función ejecutiva del Ecuador*.  
Repositorio de tesis PUCE.  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7632/TESIS%20FINAL%20MBA%20PUCE%20%20HUGO%20AGUIAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXO



**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA  
CENTRO DE POSTGRADO  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EN  
CONSTRUCCIONES  
2022**

**Encuesta para analizar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del Municipio de Maicao Departamento de La Guajira**

Como opción de grado las estudiantes de la Especialización en Gerencia en Construcciones Carol Johenis Bonilla Ávila y Yulieth Paola Romero Sotelo, están desarrollando un estudio para analizar la calidad del servicio del Departamento Administrativo de Planeación en la Alcaldía del Municipio de Maicao Departamento de La Guajira. La información que se obtengan es confidencial y no se publicara de manera individual si no agregada. Sus datos no se suministrarán a nadie y se utilizarán solo para asuntos académicos. agradecemos su amable colaboración.

**Por favor señale con una X su opinión con relación a las siguientes afirmaciones, asignando el numero de 1 a 5, donde: 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo.**

**Género:** F \_\_\_\_ M \_\_\_\_      **Empresa:**      **Contratista** \_\_\_\_  
**Interventoría** \_\_\_\_

		1	2	3	4	5
1	El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con equipos modernos y funcionales para brindarle un buen servicio.					

2	Las instalaciones físicas de El Departamento Administrativo de Planeación son cómodas y visualmente atractivas y poseen un aspecto limpio.					
3	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación están presentados adecuadamente en sus lugares de trabajo.					
4	El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con instalaciones suficientes para prestar un buen servicio.					
5	Cuando El Departamento Administrativo de Planeación promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple.					
6	Cuando usted tiene algún problema El Departamento Administrativo de Planeación muestra un sincero interés en solucionarlo.					
7	Debe recurrir varias veces a El Departamento Administrativo de Planeación para que le den solución al mismo problema.					
8	El Departamento Administrativo de Planeación da soluciones a su requerimiento en el tiempo prometido.					
9	El Departamento Administrativo de Planeación y los funcionarios realizan habitualmente bien el servicio.					
10	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación informan con precisión a sus usuarios cuando se llevara a cabo cada servicio.					
11	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación están capacitados y a disposición para ayudarles a resolver inconvenientes en un tiempo adecuado.					
12	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios.					
13	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación disponen del tiempo necesario para responder oportunamente a las solicitudes de sus usuarios.					
14	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación inspiran confianza a sus usuarios mediante los procedimientos que realizan.					
15	Los usuarios de El Departamento Administrativo de Planeación se sienten seguros con los trámites que realizan a través de la página web.					
16	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación son cordiales con sus usuarios.					

17	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación cuentan con el apoyo de la institución para hacer un buen trabajo.					
18	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación tienen conocimiento suficiente para responder a los usuarios de forma clara y precisa.					
19	Los usuarios de El Departamento Administrativo de Planeación se sienten seguros con los trámites que realizan personalmente ante la institución.					
20	El Departamento Administrativo de Planeación cuenta con horarios de atención convenientes para atender a todos sus usuarios.					
21	Los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación conocen las necesidades de sus usuarios.					
22	Los usuarios creen que la actitud de trabajo de los funcionarios de El Departamento Administrativo de Planeación es la adecuada.					









