

Recepción: 09/06/2017

Aceptación: 28/08/2017

Publicación: 24/11/2017

ESTUDIO DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

STUDY OF THE PUBLIC SERVICES IN THE CITY OF RIOBAMBA AND THE SATISFACTION OF THE USERS

Hernán Vinicio Villa Sánchez¹Ana del Rocío Cando Zumba²Fabián Eduardo Alcoser Cantuña³Raúl Armando Ramos Morocho⁴

1. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Administración de Empresas. Riobamba, Chimborazo (Ecuador). E-mail: hvvs@hotmail.com
2. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Administración de Empresas. Riobamba, Chimborazo (Ecuador). E-mail: rococandoz@hotmail.com
3. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Administración de Empresas. Riobamba, Chimborazo (Ecuador). E-mail: edualcoser@hotmail.com
4. Universidad Técnica de Babahoyo. Facultad de Administración, Finanzas e Informática. Babahoyo, Los Ríos (Ecuador). E-mail: rrosamos@utb.edu.ec

Citación sugerida:

Villa Sánchez, H.V., Cando Zumba, A.R., Alcoser Cantuña, F.E. y Ramos Morocho, R.A. (2017). Estudio de los servicios públicos en la ciudad de Riobamba y la satisfacción de los usuarios. *3C Empresa, investigación y pensamiento crítico*, 6(4), 55-71. DOI: <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.060432.55-71/>.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo medir la calidad de los servicios públicos que prestan las entidades gubernamentales de la ciudad de Riobamba y el nivel de satisfacción de los usuarios. Para evidenciar los resultados, se realizó un estudio empírico con una muestra significativa de 2.378 habitantes y la recolección de los datos se efectuó mediante una encuesta aleatoria. La información obtenida permitió efectuar un análisis de una gama de servicios, determinándose que en la actualidad han mejorado en un 55% de acuerdo a la percepción de los ciudadanos encuestados con respecto a los servicios proporcionados, estableciéndose que más de la mitad de los clientes se sienten satisfechos con los servicios recibidos.

ABSTRACT

The objective of this research is to measure the quality and user satisfaction of public services that the government entities of the city of Riobamba offer. To assess this, an empiric study of 2,378 citizens was conducted, and data was collected by random surveys. The information collected allowed the analysis of a range of different services, demonstrating that according to surveyed population perceptions, 55% of the provided services have improved. It indicates that more than half of the customers feel satisfied with the services provided.

PALABRAS CLAVE

Instituciones Públicas, administración pública, servicios públicos, servicio al cliente, calidad y satisfacción.

KEYWORDS

Public Institutions, public administration, public services, customer service quality and satisfaction.

1. INTRODUCCIÓN

Según Bozeman (1998) el Estado tiene por objetivo establecer circunstancias adecuadas de bienestar y vida para sus ciudadanos, buscando los intereses de la población sobre todo en la prestación de atención a la sociedad.

La provisión de los servicios públicos constituye la razón de ser de la administración pública (Montaña 2005), convirtiéndose en una de las tareas fundamentales del Estado Moderno. (Velilla 2005). Entonces, la administración o gestión pública, viene a ser el conjunto de acciones que desarrollan las entidades en función del bienestar de todos los ciudadanos, especialmente de provisión de servicios y/o regulación de los intereses de la sociedad (Instituto por la Democracia y Asistencia Electoral 2009).

El objetivo del estudio es la obtención de información que permita la evaluación de la calidad de los servicios públicos mediante las opiniones y actitudes de los usuarios de la ciudad de Riobamba, localizada en la región centro del Ecuador, con una población de 252.865 habitantes, ubicada a 188km al sur de Quito y 248km al este de Guayaquil (INEC 2010). La investigación se realizó con respecto a la administración de los siguientes servicios públicos: Educación básica, media y superior, bono de vivienda, salud y seguridad social, registro civil, administración tributaria, bono de desarrollo humano, gobernación, municipio, policía, empresa de ferrocarriles, correos, matriculación vehicular, bancos públicos, pensiones jubilares, carreteras y obras públicas.

Actualmente, las empresas públicas están atravesando cambios importantes producto de la incorporación de programas de desarrollo institucional, tecnología y por las exigencias de los usuarios. La falta de competencia, el crecimiento burocrático, los intereses políticos no permitieron un progreso adecuado durante largo tiempo, evaluándolos como deficientes. Hoy la calidad de los servicios han mejorado, sin embargo el 45% de los encuestados creen que todavía existen procesos que necesitan ser corregidos, los principales problemas observados en la presente investigación son: Corrupción, lentitud en los trámites y mala atención de los funcionarios.

2. LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y LA ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS

Según North (1981) las instituciones proporcionan una infraestructura que sirve a los seres humanos para crear orden y reducir la incertidumbre. Las instituciones son las reglas de juego en una sociedad o de una manera más formal, son las restricciones creadas por el ser humano que dan forma a la interacción humana” (North, 1990).

Ramió (2012) expresa que las instituciones públicas deben satisfacer los intereses generales de sus comunidades. Como entes del Estado son creados para la satisfacción del interés general de toda la ciudadanía (Mideplan, 2007).

La Administración pública es un servicio que según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE (2012), tiene como cliente a la ciudadanía que debe responder a sus derechos, deseos y necesidades poniendo énfasis en hacerlas más eficientes, menos burocráticas y más acordes con las demandas y requerimientos individuales del ciudadano. Las administraciones públicas son empresas de servicios y, en consecuencia su objetivo es el cumplimiento de los procesos de conformidad con las normas administrativas. El ciudadano debe ser objeto de atención adecuada por parte de profesionales debiendo imperar una cultura de servicio, eficiente y eficaz, que generalmente ha estado ausente de la práctica. Desde hace varios años los gobiernos realizan reformas intentando provocar un cambio de cultura organizativa, que significa pasar de una organización que tramita expedientes a otra que presta servicios de calidad a los clientes que son los ciudadanos merecedores de las mismas atenciones que se prestan en el ámbito privado.

La administración o gestión pública viene a ser el conjunto de acciones que realizan los organismos que desempeñan una función de interés público para el logro de sus fines, objetivos y metas, especialmente de provisión de servicios y/o regulación de los comportamientos y beneficios a favor de la sociedad, el mercado y sus instituciones (Instituto por la Democracia y Asistencia Electoral.2009).

Para Kallweit (1987) en las últimas décadas las funciones estatales han alcanzado la categoría de factor estratégico en la conducción de los procesos globales de desarrollo de interés público, creciendo en relación al tamaño, complejidad y variedad de los servicios proporcionados. En esta perspectiva el sector público ha mejorado en el sistema económico, en las políticas, decisiones y en la atención directa a sus clientes promoviendo los esfuerzos encaminados hacia el desarrollo integral de las personas, principalmente de servicio y atención a la sociedad.

Aguirre (1979) señala que las características de las empresas públicas son: Jurídicas y político - administrativas como sintetiza el cuadro 1.

Tabla 1. Características de las empresas públicas.

Jurídicas	Político - Administrativas
Son creadas por el estado	Su patrimonio estatal
Personalidad jurídica propia	Capacidad para administrarse a sí mismas
Razón social	Independencia en su gestión respecto a la
Ámbito territorial determinado	Administración Central.
Objeto	
Órganos de representación	
Se rigen por el derecho público con la Administración Central.	

Fuente: elaboración propia con información de (Aguirre, 1979).

2.1. LOS SERVICIOS PÚBLICOS

Los servicios son las acciones o procesos de naturaleza cuantitativa o cualitativa que permiten servir a otra persona o alguna causa, es la parte inmaterial de la transacción, son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de lograr satisfacción a quien lo recibe (Berry, Bennet, y Brown, 1989).

Sarmiento (1996) expresa que los servicios públicos son las actividades administrativas desarrolladas por entidades estatales que tienen por finalidad satisfacer necesidades de interés general mediante la prestación de servicios.

Para Rodríguez (2013), desde la aparición del Estado moderno se han formulado diversas interpretaciones sobre el significado de servicios públicos, destacándose los siguientes autores:

Tabla 2. Definiciones de servicios públicos.

Autores	Conceptos
Villegas (1950)	Es toda actividad directa e indirecta de la Administración Pública cuyo objeto es la satisfacción de las necesidades colectivas.
Diez (1980)	Es la prestación que efectúa la Administración Pública en forma directa o indirecta para satisfacer una necesidad de interés general.
Dromi (1991)	Es un medio para un fin próximo o para un fin mediato (el bien común), con forma de obra, función o prestación de interés público.

Fuente: elaboración propia con información de (Rodríguez, 2013).

Según Cordero (2011) las características más relevantes del servicio público se describen en la gráfica 1.

Gráfica 1. Características de los servicios públicos.



Fuente: elaboración propia con información de (Cordero, 2011).

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador Capítulo Séptimo del Título IV dispone que la administración pública constituye un servicio a la colectividad señalando a las instituciones que integran el sector público y a las personas que tienen la calidad de servidores públicos quienes deben cumplir con las obligaciones de su puesto, con solicitud, eficiencia, calidez, solidaridad y en función del bien colectivo.

2.2. SERVICIO AL CLIENTE

La American Marketing Association AMA (2009), sostiene que el cliente es el comprador potencial o real de los productos o servicios.

Según The Chartered Institute of Marketing CIM (2009), del Reino Unido, sostienen que el cliente es una persona o empresa que adquiere bienes o servicios, es la razón de ser de todo negocio.

Para Gómez (2006), el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. También se define como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, del producto o del servicio, como consecuencia de la imagen y la reputación de la empresa proveedora (Horovitz 1991).

Tipos de servicios

De acuerdo a Grande (1996), existen cinco tipos de servicios, que a continuación se describen:

- Servicios genéricos: Los que la mayoría de los consumidores necesitan como: Alimentos, ropa, vivienda, descanso, limpieza, transporte y asesoramiento.
- Servicios prioritarios: Buscan los consumidores porque son indispensables, por ejemplo cuando una persona necesita el servicio médico.
- Servicio adicional: Es un servicio con valor agregado que se entrega al consumidor, un ejemplo cuando se compra zapatos, el vendedor le obsequia un cepillo para el cuidado de los mismos.
- Servicio Potencial: Son servicios con la incorporación de ideas innovadoras y tecnología que superen las expectativas de los clientes.

Características del servicio al cliente

Las características más comunes del servicio al cliente según Gómez (2006) son las que se detallan en el cuadro 3.

Tabla 3. Características del servicio al cliente.

Características	Significado
Intangible	Se puede percibir con los sentidos.
Perecedero	Se produce y se consume instantáneamente.
Continuo	Quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio
Integral	Todos los colaboradores forman parte de ella.
Oferta	Del servicio, prometer y cumplir
Foco del servicio	Satisfacción plena del cliente.
Valor agregado	Plus al producto

Fuente: elaboración propia con información de Gómez (2006).

Características del buen servicio

Para Aguilar y Vargas (2010) las características de un buen servicio son:

- Un servicio es más un proceso que un producto.
- Un servicio casi nunca se puede almacenar.
- El servicio no puede ser supervisado de manera rígida como un producto.
- No se puede evaluar anticipadamente la calidad final de un servicio.
- La materia prima fundamental de todo proceso de servicio es la información.
- Los trabajadores que producen, tienen trato directo con el cliente.

2.3. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La satisfacción es el cumplimiento del gusto o deseo, es una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio (Bachelet, 1992).

Rust y Oliver (1994) sostienen que el resultado de la satisfacción se enfoca en dos aspectos:

- La satisfacción se relaciona con la sensación de estar saciado o contento, en razón de recibir un producto o servicio con rendimiento adecuado.
- La satisfacción como sorpresa supone la existencia de un ser humano que busca un placer, difícil de anticipar y valorar sin haber receptado un producto o servicio.

El concepto satisfacción del cliente de acuerdo (Horovitz y Jurgens, 1986) adquiere importancia en los años 80, se asocia a dos términos similares: A la calidad y a la evaluación. Actualmente estos conceptos se aplican en las organizaciones de servicios como: Hospitales, bancos, universidades, ministerios y demás entidades gubernamentales, estos elementos se relacionan intrínsecamente al ser evaluados, para poder producir la calidad y conseguir la satisfacción del usuario.

2.4. CALIDAD

Deming (1989) señala que la calidad es convertir los requerimientos de los usuarios en servicios o productos medibles que den satisfacción a cambio de un precio. La calidad no es la prestación del servicio, constituye la satisfacción que el usuario obtiene y por lo que está dispuesto a pagar (Drucker 1990).

Álvarez (2006), señala que la calidad es el proceso de mejora continua que busca satisfacer las necesidades de los usuarios con la participación activa en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.

De acuerdo a Pizzo (2013), la calidad del servicio es el hábito desarrollado por una organización para satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios y ofrecerles un servicio útil, oportuno y seguro, incluso cuando se presenten situaciones imprevistas o errores, de tal forma que el cliente se sienta atendido con dedicación y eficacia, proporcionando mayores ingresos y reducción de costos para la organización.

Para Aniorte (2013), las características del servicio de calidad son:

- Cumple los objetivos
- Sirve para lo que se diseñó
- Es adecuado para el uso
- Soluciona las necesidades
- Proporciona resultados

Verdú (2013), enuncia las características del servicio de calidad en relación a las habilidades del personal que labora en las entidades y están en contacto directo con los clientes, los mismos que deben actuar con las siguientes competencias: evaluación

- Honesto y comprometido para actuar con seriedad e integridad
- Dinámico y con iniciativa para dar solución a los problemas con rapidez
- Deseo permanente de superación para mejorar y crecer
- Capacidad de control de las emociones
- Dispuesto a servir y atender al cliente con entrega
- Capacidad para interrelacionarse con los demás
- Colaborador y dispuesto a trabajar en equipo

2.5. CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

De acuerdo a Sancho (2002), la calidad se relaciona con la satisfacción de las necesidades en los servicios públicos adaptándose a los requerimientos de los usuarios con el propósito de satisfacer las necesidades e intereses respecto al servicio y a la realidad que perciben en el momento de la prestación. Además, tiene que ver con el trato recibido del personal que presta el servicio y el nivel de solución ante las demandas del ciudadano de parte de las entidades gubernamentales. La finalidad de la administración pública es mejorar la prestación de los servicios tratando de conocer las necesidades y preferencias reales de los ciudadanos y en función de las mismas replantear los procesos administrativos. La calidad de los servicios públicos se orienta a tres enfoques de interés público: Satisfacción de las necesidades de los usuarios, calidad de la atención y duración del servicio, como se resume en la tabla 4.

Tabla 4. Calidad de los servicios públicos.

Satisfacción de las necesidades de los usuarios	Calidad de la atención	Duración del servicio
Servicios ofertados	Calidad/información	Tiempo/espera
Facilidad de acceso	Actitud/empleados	Tiempo/atención
Costo/ servicios	Capacidad técnica/empleados	Horario/atención
Infraestructura	Procesos adecuados	
Resultados		

Fuente: elaboración propia con información de (Sancho, 2002).

3. METODOLOGÍA

El presente estudio corresponde a un diseño de tipo transversal, con enfoque cualitativo, además es un estudio documental para conocer los servicios públicos que ofertan las entidades gubernamentales, la percepción de los ciudadanos y la satisfacción recibida. También se lleva a cabo un estudio empírico donde se evalúa la opinión de los clientes mediante la aplicación de un cuestionario estructurado a través de una entrevista a 2.378 personas de la ciudad de Riobamba y se realiza un análisis de los resultados.

Determinación de la población y muestra

La población objeto de estudio se encuentra delimitado a la ciudad de Riobamba que mantiene 252.865 habitantes según la proyección del INEC para el año 2016.

Determinación de la muestra

En cuanto al procedimiento para establecer la muestra se elige el método de muestreo proporcional de Lagares y Puerto (2001), el muestreo aplicado es el estratificado simple, donde todos los elementos de la población tienen la misma oportunidad de ser seleccionados. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Siendo el nivel de confianza de 95% y con un error muestral de 5%, una población objetivo de 252.865 en la ciudad de Riobamba.

Se utiliza la fórmula de muestreo proporcional dado por Lagares y Puerto (2001), que reemplazado queda como sigue:

Simbología y valores utilizados:

n: tamaño de la muestra a calcular.

N: tamaño de la población = 252.865

Z: error estándar = 1,95996 para el 95% de confianza = 0.05

E: error de la muestra = 5% = 0.05

p: probabilidad de ser seleccionado 0,1

q: probabilidad de no ser seleccionado 0,9

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{2^2 * 0,1 * 0,9 * 252865}{(0,05^2 * (252865 - 1) + 2^2 * 0,1 * 0,9)}$$

$$n = 2378 \text{ Encuestas}$$

Como consecuencia, se lleva a cabo la recolección de datos a través de 2.378 encuestas a los ciudadanos indicados en la población objetivo.

4. RESULTADOS

Los datos obtenidos provienen de la encuesta aplicada a 2.378 ciudadanos de la ciudad de Riobamba, se analiza la conformación de la muestra y seguidamente se presentan los resultados de las encuestas.

1. ¿En la escala del 1 al 10 (1 el más bajo y 10 el más alto), que valor asigna usted a los servicios públicos prestados por la entidades gubernamentales?

Tabla 5. Percepción de los servicios públicos.

Escala 1-10	Frecuencias	%
1	24	1,01
2	48	2,02
3	12	0,50
4	24	1,01
5	107	4,50
6	273	11,48
7	428	18,00
8	511	21,49
9	380	15,98
10	571	24,01
TOTAL	2378	100,00

Fuente: encuestas aplicadas en la ciudad de Riobamba

Elaboración: autores.

Los ciudadanos perciben una evaluación del 6 al 10 a la mayoría de los servicios públicos como: Educación básica, media y superior, bono de vivienda, salud y seguridad social, registro civil, administración tributaria, bono de desarrollo humano, gobernación, municipio, policía, empresa de ferrocarriles, correos, matriculación vehicular, bancos públicos, pensiones jubilares, carreteras y obras públicas, prestados por las entidades gubernamentales, que representa un promedio de 90,96%, lo que demuestra que la atención es muy satisfactoria.

Durante el año 2011 la Corporación Autónoma Regional del Tolima en Colombia, persistió en el proceso de participación ciudadana dedicándose a mejorar de forma continua el sistema de derechos de petición, quejas y recursos, procurando mantener informado al ciudadano y sus organizaciones, con oportunidad y calidad, comprometida en el mejoramiento continuo de sus procesos para brindar un mejor servicio a los ciudadanos para mejorar la gestión pública y procurar el buen uso de los recursos públicos.

Camarasa (2004), señala sobre la necesidad de establecer estrategias de cambio en las Administraciones Públicas para garantizar el bienestar de los ciudadanos. En efecto, las Administraciones Públicas constituyen los instrumentos para el desarrollo de las políticas públicas en los estados modernos que fomentan los gobiernos con el fin de garantizar los derechos fundamentales de los ciudadanos asegurando el cumplimiento de sus obligaciones cívicas y facilitando la prestación de los servicios básicos de una sociedad del bienestar.

2. ¿De la siguiente lista de servicios públicos, cuáles utiliza usted?

Tabla 6. Servicios públicos utilizados.

SERVICIOS PÚBLICOS	FREC.	%	SERVICIOS PÚBLICOS	FREC.	%
Educación pública media	1130	7,80	Carreteras y obras públicas	1308	9,03
Educación pública superior	1248	8,61	Policía	844	5,82
Bono de la vivienda	440	3,04	Seguridad Social (IESS Salud)	606	4,18
Salud pública	1379	9,51	Correos	321	2,21
Registro Civil	1177	8,12	Matriculación Vehicular	690	4,76
Administración tributaria (SRI)	844	5,82	Bancos públicos	690	4,76
Bono de desarrollo humano	606	4,18	Pensiones jubilares (IESS)	404	2,79
Gobernación	440	3,04	Hospital Policlínico	630	4,35
Municipio	1141	7,87	Banco de Fomento	595	4,11
			TOTAL	14493	100,00

Fuente: encuestas aplicadas en la ciudad de Riobamba.

Elaboración: autores.

Los servicios públicos más utilizados por los ciudadanos son: En primer lugar los servicios de salud pública en un 9,51%, seguido de las carreteras y obras públicas en un 9,03%, y en tercer lugar la educación pública superior en un 8,61%.

La Organización de Ciudadanos al Día CAD (2013), en Ipsos Perú realizó un estudio con el objetivo principal de identificar y comparar el nivel de satisfacción de la ciudadanía con el servicio en diversos tipos de entidades públicas en el país, elaborando así el RankinCAD 2013. Para ello, se llevaron a cabo 11,711 encuestas en 123 entidades estatales a nivel nacional. Estos resultados demostraron la urgente necesidad que tienen las entidades públicas para mejorar los servicios que brindan al ciudadano, minimizando el tiempo que supone una gestión a través de mecanismos ágiles de información y atención en general.

3. ¿Cuándo usted realiza trámites en una institución pública, cuál es su percepción en relación a la atención brindada?

Cuadro 7. Percepción de la atención en las instituciones públicas.

ASEPECTOS NEGATIVOS	FREC.	%	ASPECTOS POSITIVOS	FREC.	%
Corrupción	642	4,29	No existe corrupción	487	3,25
Lentitud en los trámites	1070	7,15	Rápida atención	630	4,21
Excesiva burocracia	476	3,18	Atención de calidad	678	4,53
Funcionarios groseros	927	6,19	Buen trato	749	5,00
Filas muy largas	1034	6,91	Turnos electrónicos	773	5,16
Funcionarios poco preparados	571	3,81	Funcionarios muy preparados	571	3,81
Las instrucciones no son claras	654	4,37	Instrucciones muy claras	642	4,29
Problemas de acceso a oficinas	380	2,54	Ingreso a oficinas sin dificultad	702	4,69
Horarios inconvenientes	547	3,65	Horarios adecuados	832	5,56
Atención sin uso de Tecnología	511	3,41	Atención con uso de tecnología	749	5,00
Instalaciones incómodas	404	2,70	Instalaciones muy cómodas	939	6,27
			TOTAL	14968	100,00

Fuente: encuestas aplicadas en la ciudad de Riobamba.

Elaboración: autores.

La percepción de la atención en las instituciones públicas se ha delimitado en dos aspectos: Positivos y negativos. Dentro de los ítems positivos los más relevantes en la actualidad son: Las muy cómodas instalaciones que tienen las entidades públicas, los horarios oportunos y la modalidad de turnos electrónicos para la atención. Con relación a los ítems negativos se destacan: La lentitud en los trámites, las filas muy largas y que todavía existen funcionarios groseros.

Scarilli (2015), indica que toda compañía debería proveer no sólo servicio al cliente, sino un excelente servicio al cliente, esforzarse más por brindar una atención al cliente de alta calidad. Un cliente satisfecho es un cliente fiel, y un cliente fiel se convierte en un vocero de la empresa, promoviéndolo hacia otros ambientes y, directa o indirectamente, recomendándolo a otros.

Según el Gobierno de la Provincia de Salta (2008) el Estado invierte dinero en el bienestar de los ciudadanos para enfrentar el desafío de las nuevas modalidades y tecnologías para brindar una mejor atención y calidad en las prestaciones públicas. En Costa Rica el gobierno del Presidente Oscar Arias Sánchez propuso que se realicen estudios periódicos de percepción entre los usuarios de los servicios públicos para conocer la satisfacción de las necesidades, encontrándose que existe fácil acceso a los servicios públicos por parte de los usuarios y tienen conocimiento de los costos de los diferentes servicios públicos. (Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica, 2010).

4. ¿De acuerdo a su opinión la atención en las instituciones públicas en los cuatro últimos años: Ha mejorado, sigue igual o ha empeorado?

Gráfica 2. Valoración de los servicios públicos en los últimos cuatro años.



Fuente: encuestas aplicadas en la ciudad de Riobamba.

Elaboración: autores.

Los ciudadanos encuestados piensan que la atención en las instituciones públicas en los últimos años ha mejorado en un 55%, el 38,02% percibe que la atención de los servicios públicos sigue igual y el 6,98% de ciudadanos cree que ha empeorado la atención.

Según la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES (2009), las percepciones que los ciudadanos tienen sobre los servicios públicos están fundamentadas en las experiencias concretas que ha tenido en su interacción con el Estado. Es casi imposible no acudir a las dependencias del estado a realizar algún trámite como: Obtener una cédula de identidad, renovar una licencia, solicitar un crédito, enviar una carta o paquete por correo, cobrar un beneficio de la seguridad social, utilizar un servicio de salud, entre otros. Cualquier práctica se acompaña de expectativas previas, de ahí que se puede alcanzar una verdadera proyección sobre el grado de satisfacción que los servicios públicos brindan a la ciudadanía. La tendencia es que los servicios públicos tienden cada vez a mejorar, así el 69.7% de una encuesta reportó haber acudido a las oficinas públicas en el año 2008 recibiendo un servicio mucho mejor del que se esperaba.

5. CONCLUSIONES

La mayoría de ciudadanos de Riobamba tienen una buena percepción de los servicios públicos evaluándolos como muy satisfactorios con un 90.96%, los más utilizados son: Salud, carreteras, obras públicas y educación superior, entre los aspectos que la ciudadanía considera que han mejorado están: La infraestructura, instalaciones muy cómodas, horarios adecuados y turnos electrónicos. Sin embargo persisten aspectos negativos como: Lentitud en los trámites, filas muy largas y todavía existen funcionarios groseros. Actualmente, se puede evidenciar que el Gobierno Nacional se ha preocupado en mejorar los procesos para mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Finalmente, el ciudadano debe poner de su parte para que la ejecución de las políticas permita una integración que promueva la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. Mirando hacia el futuro sería útil un consenso político a largo plazo para brindar servicios públicos de calidad y calidez hacia la sociedad.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, I. (2006). *Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad*. Primera edición. Ideas propias Editorial. España. p. 5.
- Aniorte, N. (2013). *Servicios de Calidad*. Recuperado el 29 de agosto de 2013, a partir de: http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm
- Aguilar-Morales, J.E. y Vargas-Mendoza, J. E. (2010). *Servicio al cliente*. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Aguirre, J. (1979). *Las Empresa Públicas*. Profesor de la Universidad Iberoamericana. En Jurídica, número 11.
- American Marketing Association (AMA). (2009). *Del sitio web Marketingpower.com*, Sección: Resource Library – Dictionary. URL: <http://www.marketingpower.com> en fecha 22 de julio 2009.
- Bachelet (1992). *La satisfacción del cliente [base de datos en línea]*. Estudio de satisfacción del cliente; [fecha de acceso 10 de marzo del 2015]. Disponible en: <http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>
- Berry, L. Bennet, C. y Brown, C. (1989). *Calidad de Servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid: Diaz de Santos.
- Bozeman, B. (1989). *All Organization are Public*. San Francisco, Jossey-Bass, Inc., Publishers. 1989 (1987). ISBN 1-55542-036-2.
- Bozeman, B. (1998). *Todas las organizaciones son públicas*. Tendiendo un puente entre las teorías corporativas privadas y públicas Estudio introductorio de Juan Miguel Ramírez Zozaya. Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, A. C. Fondo de Cultura Económica México. ISBN 968-16-4962-1. México.
- Camarasa, J. (2004). *La Calidad en la Administración Pública*. Educar en el 2000.
- Chartered Institute of Marketing (CIM). (2009). *Sección Marketing glossary*. Del sitio web [cim.com.uk](http://www.cim.co.uk). URL: <http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>, obtenido en fecha 22 de julio 2009.
- Cordero, J. (2011). *Los servicios públicos como derechos de los individuos*. Ciencia y Sociedad Volumen XXXVI, Número 4. ISSN 0378-7680. México.
- Corporación Autónoma Regional del Tolima CORTOLIMA. (2011). *Política Integral de Gestión*, recuperado el 24/03/2017. Disponible en: https://cortolima.gov.co/sites/default/files/images/stories/boletines/abril2011/analisis_encuestas.pdf
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.

- Diez, M. (1980). *Manual de Derecho Administrativo*. Plus Ultra. Buenos Aires.
- Dromi, J. (1991), *Reforma del Estado y privatizaciones*, Astrea, Buenos Aires. 1991.
- Drucker, P. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Grande, I. (1996). *Marketing de los servicios*; ESIC Editorial; Madrid, pp. 35-38.
- Gobierno de la Provincia de Salta (2008). *La calidad en los servicios públicos*. Bloque de legalidad. El decreto N° 4116/08 y su anexo – la Resolución D N° 199/08. Salta Argentina.
- Gómez, E. (2009). *Barreras contra el buen servicio*. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). 1ra. Edición Argentina: El Cid Editor.
- Gómez, C. (2012). *La Investigación Científica en la Administración Pública*. Daena: International Journal of Good Conscience. 7(2) 159-173. ISSN 1870-557X.
- Hernández, R; Fernández, C. y Batista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª Ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill. ISBN: 978-607-1502919.
- Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio. A la conquista del cliente*. Editorial McGraw-Hill; España; pp. 2-3.
- Horovitz, J. Jurgens, M. (1986). El programa Xerox experimentó un cambio sensible al orientarse más bien a la calidad del servicio y a la consecución de la satisfacción del cliente, para culminar en 1990 con el lanzamiento de la garantía de la plena satisfacción del cliente. *La satisfacción total del cliente I. La excelencia en la calidad de los productos*. Barcelona: Folio, Financial Times.
- INEC. (2010). *Resultados Censo Nacional de Población y Demografía*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto para la Democracia y la Asistencia Electoral. Asociación Civil Transparencia. (2009). *Estado y Gestión Pública*.
- Instituto por la Democracia y Asistencia Electoral. (2009). *Gestión Pública. Programa de formación: Desarrollo de capacidades para el fortalecimiento de las organizaciones políticas*. Institute for Democracy and Electoral Assistance. Transparencia. Lima, Perú.
- Ipsos. (2013). *Encuesta de ciudadanos al día*. Recuperado el 23/03/2017. Disponible en: http://www.ipsos.pe/Tiempos_en_tramites_entidades_publicas
- Kallweit. (1987). *Administración Pública Ecuatoriana*. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales. ILDIS. Quito Ecuador.
- Lagares P. y Puerto J. (2001). *Población y muestra*. Técnicas de muestreos. MaMaEuSch. Management Mathematics for European Schools 94342 - CP - 1 - 2001 - 1 - DE - COMENIUS - C21.

- Mideplan. (2007). *Organigrama del sector público costarricense*. San José: Ministerio de Planificación y Política Económica.
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2010). *Percepción de la Calidad en los Servicios Públicos*. Informe de la segunda ronda con resultados generales para 2009 y 2010. San José Costa Rica.
- Montaña, A. (2005), *El concepto de servicio público en el derecho administrativo*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2005, p. 134, 136 y 141.
- North, D. (1981). *Structure and Change in Economic History*. Cambridge University Press. New York. EE.UU.
- North, D. (1990), *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge University Press. New York. EE.UU.
- OCDE. (2012). Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico. *Perspectivas Económicas de América Latina*.
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado el 29 de agosto de 2013, a partir de: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Ramió C. (2012). *Teoría de la organización y Administración Pública*. Tecnología de la Administración. Disponible en: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/tecnologiasdelaadministracion/files/2012/08/U1-Carles-Ramio-Teoria-de-la-Organizacion.pdf>
- Rodríguez, F. (2013). *Derecho Público Servicio Público*. Buenos Aires Argentina.
- Rust, R.T. y Oliver, R.L. (1994). *Service Quality Insights and Managerial Implications from the Frontier*. In Rust, R.T y Oliver, R.L. (eds.), *Service Quality New Directions in Theory and Practice*. Beverly Hills: Sage.
- Sancho, D. (2002) *Gestión de Servicios Públicos: Estrategias de Marketing y calidad*. Universitat Pompeu Fabra. Edicotional Tecnos p. 156
- Sarmiento, J. (1996), *Temas de introducción a las instituciones de Derecho Público*. Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas. Mendoza. Argentina.
- Scarrilli (2015). *La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción*. Marketing Specialist en 123ContactForm. Disponible en: <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2009). *Aproximación y Análisis: Calidad de los Servicios Públicos*. Quito – Ecuador.

Velilla, M. (2005). *Los servicios públicos como instrumento de solidaridad y cohesión social del Estado*, Bogotá, Ediciones Jurídicas Gustavo Ibáñez C. Ltda., p. 27.

Verdesoto, L. (2005). *Instituciones y gobernabilidad en el Ecuador – A un cuarto de siglo de Democracia -*

Verdú, C. (2013). *Características Personales para el éxito en la Atención al Cliente*. Recuperado el 24 de Marzo del 2017, a partir de: <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>

Villegas, B. (1950). *Derecho Administrativo*, I. II. Buenos Aires.