



Universidad Nacional  
**SAN LUIS GONZAGA**



## **[Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)**

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra, incluso con fines comerciales, siempre y cuando den crédito y licencia a las nuevas creaciones bajo los mismos términos. Esta licencia suele ser comparada con las licencias copyleft de software libre y de código abierto. Todas las nuevas obras basadas en la suya portarán la misma licencia, así que cualesquiera obras derivadas permitirán también uso comercial.

[http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al **BORRADOR DE TESIS** cuyo título es:

**INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL MINISTERIO PÚBLICO EN EL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO, ICA, 2015.**

Presentado por:

**PEDRO ORLANDO BENDEZÚ CHACALTANA.**

De la **MAESTRIA EN ADMINISTRACION** mención **GESTION EMPRESARIAL**

Que, se ha recibido del operador del programa informático evaluador de originalidad de la Escuela de Posgrado de la UNICA, el informe automatizado de originalidad, el mismo que concluye de la siguiente manera:

**El documento de investigación APRUEBA los criterios de originalidad con un porcentaje de similitud de 8%.**

Para dar fe, se adjunta al presente el reporte de similitud de las bases de datos de iThenticate. En Ica 31 de marzo de 2022.

**Atentamente**

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"  
ESCUELA DE POSGRADO



**Dr. ROBERTO H. CASTAÑEDA TERRONES**  
DIRECTOR GENERAL DE LA ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA” DE ICA  
ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL



“INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL MINISTERIO PÚBLICO EN EL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO, ICA, 2015”

**TESIS**

PARA OPTAR EL GRADO DE MAGISTER EN

**ADMINISTRACIÓN**

MENCIÓN: GESTIÓN EMPRESARIAL

AUTOR:  
PEDRO ORLANDO BENDEZÚ CHACALTANA

ASESORA:  
DRA. MARÍA LUZ YARASCA MATTA

**ICA – PERÚ**

**2019**

## **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica

Escuela de Posgrado

Facultad: Administración.

Maestría: Administración.

Mención: Gestión Empresarial.

Línea de Investigación: Marketing y la Gestión de Recursos Humanos en las Organizaciones.

## **DEDICATORIA**

A todas aquellas personas que se esfuerzan por hacer cada día un mundo interno y externo mejor.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi pequeño dinosaurio Ian Piero, quien con sólo 04 años fue el único con total generosidad y amor en este mundo que me ofreció un vaso con agua revitalizador, me abrazó con todo su corazón otorgándome paz, me dio una mirada de aliento sincera, me dijo que no me rindiera, que siguiera adelante, que todo esto iba a pasar y desde el fondo de su alma le pidió a Dios que me sanase cuando estuve enfermo.

# ÍNDICE.

	<b>Pág.</b>
<b>CARÁTULA</b>	
<b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	i
<b>DEDICATORIA</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>ÍNDICE</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>CONTRACARÁTULA</b> .....	viii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	ix
<b>CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO</b> .....	11
1.1. Antecedentes.....	12
a) Antecedentes internacionales.....	12
b) Antecedentes nacionales.....	13
c) Antecedentes locales.....	14
1.2. Bases teóricas.....	15
1.2.1. Ministerio Público.....	15
1.2.2. Usuarios del Ministerio Público.....	16
1.2.3. Problemática en la satisfacción del usuario....	19
1.2.4. Calidad.....	24
1.2.5. Servicio.....	28
1.2.6. Satisfacción del usuario.....	32
1.2.7. Calidad del servicio.....	34
1.2.8. Organización de la calidad del servicio.....	36
1.2.9. Dimensión de la calidad del servicio.....	39
1.2.10. Modelo SERVQUAL.....	42
1.2.11. Índice de satisfacción del usuario.....	44
1.2.12. Importancia de la satisfacción del usuario.....	47
1.2.13. Nivel de satisfacción del usuario.....	50
1.3. Marco conceptual.....	52
1.4. Marco legal.....	56
<b>CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	57
2.1. Situación problemática.....	58
2.2. Formulación del problema.....	60
a) Problema General.....	60
b) Problemas Específicos.....	60
2.3. Justificación e importancia de la investigación.....	61
2.4. Objetivos de la investigación.....	63
a) Objetivo General.....	63
b) Objetivos Específicos.....	63
2.5. Hipótesis de la investigación.....	64
a) Hipótesis General.....	64
b) Hipótesis Específicas.....	64
2.6. Variables de la investigación.....	65
a) Identificación de variables.....	65
b) Operacionalización de variables.....	65

<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	66
3.1. Tipo, Nivel y Diseño de la investigación.....	67
3.2. Población y Muestra.....	67
<b>CAPÍTULO IV. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	68
4.1. Técnicas de recolección de Datos.....	69
4.2. Instrumentos de recolección de Datos.....	69
4.3. Técnicas de Procesamiento, Análisis e Interpretación de Resultados.....	70
<b>CAPÍTULO V. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS</b> .....	71
5.1. Hipótesis.....	72
5.2. Asociación Expectativa – Percepción.....	73
<b>CAPÍTULO VI. PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> .....	99
6.1. Presentación e interpretación de resultados.....	100
6.2. Discusión de resultados.....	125
<b>CONCLUSIONES</b> .....	140
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	144
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b> .....	152
<b>ANEXOS</b> .....	155

## **RESUMEN**

Se puede apreciar que una excelente calidad de servicio proporciona al usuario más confianza para que participe en las diligencias programadas por el Fiscal, un usuario bien atendido colabora activamente en el proceso de investigación en un tema tan importante para la ciudadanía como es la búsqueda de justicia. El objetivo de la investigación es determinar la influencia de la calidad de servicio del personal administrativo del Ministerio Público en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, en el periodo 2015, con miras a identificar las áreas más vulnerables para poder reforzar la mejora continua en la calidad del servicio. La presente investigación es del tipo cuantitativo. Nivel de Investigación es correlacional. Diseño de la investigación, es de un diseño no experimental, longitudinal y prospectivo. El método es analítico. Se incluyeron en la muestra a 379 personas mayores de edad de ambos sexos, participantes como agraviados en una investigación de carácter civil y penal. Se elaboraron 2 cuestionarios uno de expectativas otro de percepción, cada cuestionario tiene 25 preguntas. Los resultados nos muestran que el 84.54% de la población acerca de los elementos tangibles, el 70.45% en el rubro confiabilidad, en la capacidad de respuesta el 74.04%, en la dimensión seguridad el 82% y en el sector empatía el 78.57% de los encuestados muestran muy altas expectativas. En el índice percepción en el área de elementos tangibles el 53.35%, en confiabilidad el 27.18%, en capacidad de respuesta el 16.41%, en la seguridad el 51.29% y en empatía el 29.76% de los individuos manifiestan estar totalmente satisfechos con la atención. Se propone un plan de capacitación en calidad de servicio para aplicarse en la Institución y potenciar las cualidades personales de los servidores en atención al usuario. Se establece que existe una relación significativa entre la calidad del servicio del personal administrativo y el índice de satisfacción de los usuarios, por lo tanto a un servicio eficiente habrá mayor satisfacción.

Palabras clave: Calidad, servicio, satisfacción, expectativa, percepción.

## **ABSTRACT**

It can be seen that an excellent quality of service provides the user with more confidence to participate in the proceedings scheduled by the Prosecutor, a well-attended user actively collaborates in the investigation process on an issue as important for citizens as the search for justice. The objective of the investigation is to determine the influence of the quality of service of the administrative staff of the Public Prosecutor's Office in the user satisfaction index of the Ica fiscal district, in the period 2015, with a view to identifying the most vulnerable areas to be able to reinforce the continuous improvement in quality of service. The present investigation is of the quantitative type. Research level is correlational. Design of the research, is of a non-experimental, longitudinal and prospective design. The method is analytical. A total of 379 persons of both sexes were included in the sample, participants as victims of civil and criminal investigations. Two questionnaires were produced, one of expectations of perception, each questionnaire has 25 questions. The results show that 84.54% of the population about the tangible elements, 70.45% for reliability, 74.04% for responsiveness, 82% for security and 78.57% for empathy. The respondents show very high expectations. In the perception index in the area of tangible elements 53.35%, in reliability 27.18%, in response capacity 16.41%, in security 51.29% and in empathy 29.76% of individuals say they are totally satisfied with the attention. It proposes a training plan in quality of service to be applied in the Institution and to enhance the personal qualities of the servers in attention to the user. It is established that there is a significant relationship between the quality of the service of the administrative staff and the index of satisfaction of the users, therefore to an efficient service there will be greater satisfaction.

Key words: Quality, service, satisfaction, expectation, perception.

UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA” DE ICA  
ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

“INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO  
DEL MINISTERIO PÚBLICO EN EL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO,  
ICA, 2015”

**TESIS**

PARA OPTAR EL GRADO DE MAGISTER EN

**ADMINISTRACIÓN**

MENCIÓN: GESTIÓN EMPRESARIAL

AUTOR:  
PEDRO ORLANDO BENDEZÚ CHACALTANA

ASESORA:  
DRA. MARÍA LUZ YARASCA MATTA

**ICA – PERÚ**

**2019**

## **INTRODUCCIÓN**

El Ministerio Público - Fiscalía de la Nación está reformando de juicio en el marco de la modernización de la gestión pública respecto a la importancia de la calidad del servicio como componente esencial en todo el Sistema Fiscal, adyacente al sistema de administración de justicia, ejercido por el Poder Judicial y enlazados interinstitucionalmente con el Ministerio de Justicia, Policía Nacional del Perú y Tribunal Constitucional. La calidad del servicio se presenta con énfasis a medida que la ciudadanía alcanza una mejor calidad de vida, adquiere significación cuestiones estrechamente asociadas con ello: respeto a la dignidad de la persona, derecho a una atención eficaz, transparencia en la información, cumplimiento de metas en la gestión administrativa. Los usuarios del Ministerio Público del distrito fiscal de Ica manifiestan que existe ausencia del trabajador en el puesto, maltrato, respuestas en un lenguaje incomprensible para muchos, descoordinación entre oficinas y demora en los trámites. La finalidad del presente estudio es valorar objetivamente el índice de satisfacción del usuario sobre la calidad del servicio, quien está apreciando constantemente la amabilidad y disponibilidad del asistente administrativo y asistente en función fiscal, las características físicas del lugar, el tiempo de atención y los resultados del proceso, que pueden ser sometidos a un juicio de valor e inciden en el índice de satisfacción. Para los servidores es importante que la ponderación de la calidad se brinde en aspectos humanos, científicos, técnicos y tecnológicos, cuya razón de ser es servir a la ciudadanía, tal como se establece en la Constitución. La atención al usuario confluye en una interacción muy personal, donde el individuo se encuentra en una investigación de carácter civil o penal, con un grado de dependencia hacia el personal administrativo, principalmente por la carencia de información en el aspecto legal, lo que conlleva a ciertos estados de estrés, preocupación, angustia; si es que sus necesidades no son resueltas, o si es que no obtiene una visión clara de los resultados de cada procedimiento legal. El presente trabajo realiza un monitoreo global al cumplimiento de los procedimientos administrativos para prevenir y detectar oportunamente problemas que podrían ocasionar resultados negativos en la prestación de servicios, con el objetivo de mejorar el nivel administrativo de servicio, aprovechar los recursos al máximo y para disminuir las quejas y demandas de la población, donde la buena relación servidor – usuario genera conformidad por parte

de los involucrados, sino que además es de vital utilidad a la organización ya que es más fluida la comunicación entre ellos y así se da un abordaje universal a la investigación y se entabla una participación más activa en las declaraciones, aportaciones con pruebas fundamentales, asistencias puntuales, declaraciones totalmente honestas, amplias y de gran detalle en las diligencias, colaboración oportuna y veraz. La satisfacción constituye un factor clave para evaluar el desempeño global de la organización y analizarla ayuda a crear una cultura de mejora continua de la gestión administrativa. Escuchar la opinión del usuario permite obtener información sobre lo que quieren y valoran, identificando así necesidades de eficacia. La presente investigación es del tipo cuantitativo, porque interpreta la realidad del fenómeno de la calidad del servicio. Nivel de investigación es correlacional, es decir se va a determinar el vínculo entre la calidad de servicio del personal administrativo y el índice de satisfacción de los usuarios. Es de un diseño no experimental, porque no se manipulan deliberadamente las variables, transversal, porque se mide el índice de satisfacción y prospectivo, porque se evalúa la atención al usuario antes y después del servicio. El método es analítico. La población son los usuarios agraviados que acuden a los despachos penales provinciales, civiles y superiores del Ministerio Público del distrito fiscal de Ica, siendo la muestra de 379 personas. La importancia del presente trabajo es enfocarse en el usuario y medir la satisfacción del servicio que la organización proporciona, de acuerdo a Horovitz las mediciones permiten identificar los puntos fuertes y débiles, centrar los esfuerzos, dirigir y controlar el progreso, cuantificar logros y aumentar el conocimiento de la calidad del servicio. Un servidor totalmente informado de su comportamiento indica el tipo de relación que guarda con la entidad, los resultados serán llevados a la alta dirección para fluir en un mecanismo de motivación a los asistentes administrativos y en función fiscal a actuar con empatía y objetividad. Abarcar y resolver las interrogantes de los usuarios es prioridad en el presente estudio. Para el individuo la calidad de servicio se enlaza directamente con el buen trato, la asertividad, un lenguaje sencillo y sobre todo la entera confianza de que su proceso está en buenas manos y se va a resolver de una forma imparcial. Cuando el Ministerio Público y los servidores colocan al usuario como eje principal de la atención cubren estándares técnicos de calidad, tales como confianza, seguridad, capacidad de respuesta, elementos tangibles y empatía.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

## 1.1. Antecedentes.

### a) Antecedentes locales.

- En la tesis Capacitación del Personal y Satisfacción con la Calidad de los Servicios, Hospital Félix Torrealva Gutiérrez, Ica, presentado por Miguel Vásquez Anicama en el año 2006, realiza una investigación transversal, de nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental, en una muestra de 378 usuarios, mostró que los grupos de médicos y enfermeros cuentan con mayores niveles de capacitación mientras que los técnicos, auxiliares y trabajadores administrativos alcanzan un bajo nivel de capacitación; se encontró un alto nivel de satisfacción de los usuarios del Hospital Félix Torrealva Gutiérrez con los aspectos organizativos, el conocimiento de los profesionales y técnicos y las relaciones interpersonales. El análisis correlacional evidenció que la capacitación de los trabajadores guarda un alto grado de asociación directa con el nivel de satisfacción de los usuarios, pues los médicos y enfermeros obtuvo los porcentajes más elevados de aprobación de los pacientes.
- En el estudio Percepción de la Calidad de Atención en el Servicio de Emergencia del Hospital Regional de Ica – 2008, presentado por Felipe Gustavo Junchaya Aparcana, manifiesta una investigación descriptiva del tipo transversal; los resultados exponen que el 52.58% de los encuestados responde que el tiempo de espera para la atención en el servicio de emergencia del Hospital Regional de Ica es lento, el 32.65% que es adecuado, el 14.78% que es rápido; la atención del personal médico 33.33% respondieron es malo, el 54.30% que es regular y el 12.37% es buena; la explicación del médico sobre su enfermedad 25.09% responde que es malo, el 66.32% que es regular y el 8.59% que es buena; sobre el trato del personal de admisión responde el 25.09% que es descortés, el 34.71% es indiferente y el 40.21% que es cortés.

## **b) Antecedentes nacionales.**

- Huiza Guardia, Gladys Asunta en la Universidad Mayor de San Marcos, en el 2005 presentó su tesis de maestría “Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el Hospital de la Base Naval del Callao Octubre – Diciembre 2003”. Es un estudio de naturaleza cuantitativa, descriptivo, prospectivo, de corte transversal que tuvo como objetivo determinar la satisfacción del usuario sobre la calidad de atención de salud de la consulta externa en el Hospital de la Base Naval del Callao octubre – diciembre 2003. La muestra estuvo compuesta por 260 usuarios externos que corresponden a un nivel de confianza de muestra del 98 % y a un error relativo de  $e = 1,677$  %. Para la obtención de la información se aplicó una encuesta de opinión a los usuarios (militares en actividad) que acudían a la consulta externa entre los meses de octubre – diciembre 2003. En relación a los resultados, encontramos que la satisfacción del usuario externo fue del 76,15 %, medianamente satisfechos el 16,92 % e insatisfechos el 6,92 %. El análisis de la dimensión humana, técnico-científica y del entorno de la calidad a través del porcentaje de satisfacción e intervalos de confianza mostró que el valor alcanzado en la dimensión técnico – científica es de 67,69%, resultado que no alcanza el valor estándar de satisfacción del usuario externo de 80% establecido por la Dirección de Salud de la Marina.
- Ávila Morales, Hernán en Lima, en setiembre de 2011, efectuó un trabajo de investigación denominado “Influencia en la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en Instituciones de salud en la Provincia Constitucional de Callao” El estudio fue descriptivo correlacional. El objetivo general fue establecer la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de 106 pacientes clientes en las entidades prestadoras de salud pública y privada de la región Callao, 60 del sector público y 46 del privado, mediante el diseño no experimental transversal. Se aplicaron tres instrumentos de medición: escala de calidad de servicio (19 ítems), escala de satisfacción (9 ítems) y entrevista (4 preguntas). La hipótesis central: “La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción que obtienen los clientes de las entidades prestadoras de salud de la región Callao”.

### **c) Antecedentes internacionales.**

- Francisco Droguett Jorquera en la Universidad de Chile en el año 2012, presentó su estudio “Calidad y Satisfacción en el Servicio a clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que afectan la evaluación de los cliente”. El objetivo es identificar las variables que mejor predicen un buen índice de satisfacción general, la muestra son 1460 clientes. Concluye que existen dos procesos de servicios: el proceso de ventas y el servicio al vehículo, éste último es clave pues acá es donde se establece la relación a largo plazo con el cliente. En el proceso de ventas juega un rol clave el desempeño del vendedor para cumplir compromisos y la preocupación que tiene por las necesidades del cliente, mientras que en el proceso de servicio al vehículo quienes llevan la atención son los mecánicos y el personal del taller pues lo importante para el cliente es el resultado con los trabajos que solicitaron y que la solución sea de calidad.
- En la tesis “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales” presentado por Gelsi María Álvarez Castro, en la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela en mayo de 2012. Establece que el objetivo general es determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad del servicio ofrecido en una red de supermercados del Gobierno. La muestra fue de 839 usuarios. El estudio se enmarcó en una investigación evaluativa de nivel descriptivo bajo un diseño de campo no experimental y transaccional. Se aplicaron las técnicas de la observación y la entrevista de tipo estructurada y como instrumento la encuesta. Se concluye en cuanto a evidencias físicas que el servicio supera a las expectativas del cliente. En cuanto a fiabilidad, el cliente reconoce que el servicio supera lo esperado.

## 1.2. Bases Teóricas.

### 1.2.1. Ministerio Público.

Los antecedentes más remotos del Estado defendiendo a los miembros de la sociedad se originan en el siglo V A.C. en la antigua Grecia, estando vigente como norma el Código de Dracón. Se trata de un juicio donde se le acusa a Alcmeonides de haber fomentado la páfida masacre de los partidarios de Ciclón, en este proceso aparece por primera vez un abogado de los fallecidos. En el derecho francés en el siglo XIII, el Estado en un conflicto determinado proponía un árbitro imparcial encargado de controlar el desenvolvimiento del proceso<sup>1</sup>. Al instalarse en 1542 la Real Audiencia de Lima se tiene a un funcionario que defendía la jurisdicción y los intereses de la Hacienda Real. Al Ministerio Público se le ha vinculado con la recaudación de impuestos y tributos para las arcas del tesoro público, de allí se desprende el vocablo en latín *fiscus*, que era el depósito donde recogían los tributos. Después de la Revolución Francesa, se instaura el Ministerio Público como órgano acusador integrando la estructura del Poder Judicial, representando exclusivamente a la sociedad. En la Constitución de 1823 en el capítulo pertinente al Poder Judicial no se habla del Ministerio Público, sin embargo es en la Constitución de 1826 que se menciona la existencia de un fiscal a nivel de la Corte Suprema. En la Carta Magna de 1856 se creó la función de Fiscal de la Nación, atribuyéndosele la representación y defensa del Estado. La Constitución Política de 1979, aprobada el 12 de julio; le da vida como organismo autónomo al Ministerio Público, atribuyéndosele personería propia y es con la ley orgánica del 19 de marzo de 1981 donde se dispone su organización y funciones principales. Ministerio Público – Fiscalía de la Nación es la institución que representa a la sociedad ante los tribunales, y su acción está dirigida a proteger y defender la legalidad, y los intereses públicos tutelados por el Derecho. Al Ministerio Público le corresponde entre otras atribuciones el ejercicio de la titularidad de la acción penal, tiene en tal sentido la función de formular denuncia cuando se da la comisión de delitos, la investigación de los hechos constitutivos de delito y la defensa de la sociedad. Debe quedar claro para todos entonces, y

---

<sup>1</sup> Hurtado, José (1983) El Ministerio Público [En línea] [http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/obrasjuridicas/oj\\_200806\\_09\\_03.pdf](http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/obrasjuridicas/oj_200806_09_03.pdf).  
Accesado Enero 2016.

especialmente para la ciudadanía en general que el Ministerio Público no defiende al Estado y a sus funcionarios, sino a la sociedad. Por ello es importante la opinión de la población sobre un organismo tan importante como el Ministerio Público y reconocer a partir de eso que en estos momentos la gran mayoría de la población peruana mira con atención a todas las instituciones que se relacionan con el Sistema de Administración de Justicia. La más alta autoridad es el Fiscal de la Nación quien tiene como funciones promover de oficio o a pedido de parte, la acción en defensa de la legalidad y los intereses públicos tutelados por el Derecho, además de velar por la independencia de los órganos jurisdiccionales y por la recta administración de justicia. Para administrar una organización como es el Ministerio Público y un funcionamiento técnico especializado, nace la Gerencia General quien tiene bajo supervisión a los Distritos Fiscales cuyas funciones son la planificación, organización, dirección y control del sistema administrativo y dentro de ese marco asume la administración de los bienes y recursos del Ministerio Público. El Distrito Fiscal de Ica en el año 2016 cuenta con 525 empleados, de los cuales 137 son funcionarios y 388 son servidores<sup>2</sup>, incluyendo a la División Médico Legal. El máximo órgano de cada Distrito es la Presidencia de la Junta de Fiscales Superiores, la cual preside a la oficina de Administración, quien es la encargada de implementar las políticas establecidas por la Gerencia General, quien delega funciones a través de la Gerencia Central de Potencial Humano, la cual establece los objetivos de calidad de servicio. El administrador, el analista, el especialista y el asistente del área de Potencial Humano, son los encargados de aplicar las políticas, efectuar el seguimiento y control, además de analizar resultados y coordinar mejoras con la Gerencia General. El Ministerio Público forma parte del sistema especializada en administrar justicia poseyendo un trabajo coordinado y fluido con el Poder Judicial, Policía Nacional y el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. El trabajo organizado entre estas entidades conlleva a una recta y eficiente administración de justicia, principio fundamental por el cual toda Nación democrática se caracteriza y basa su vida en sociedad. El Ministerio Público a través de la Oficina de Estadística ha venido realizando encuestas de satisfacción del usuario, la última de ellas fue llevada a cabo en febrero del 2016, entrevistando a 60 personas, teniendo como conclusiones que

---

<sup>2</sup> Informe de la Oficina de Potencial Humano, enviado a Gerencia General con Oficio N° 776-2016-ADM-MPFN.

se deben impartir cursos de atención al usuario, generar un plan sobre calidad de servicio.

### **1.2.2. Usuarios del Ministerio Público.**

El Ministerio Público desde sus orígenes hasta la fecha se encarga de averiguar el quebrantamiento de la normativa concurrente en el Código Penal y en las Leyes Especiales, así mismo acusa al imputado y vela por los derechos de la población. Además investiga y persigue toda clase de delitos, buscando y presentando pruebas que acrediten la comisión del hecho punible, haciendo que representen a aquellas personas cuyos derechos han sido vulnerados, efectuando que los juicios se sigan regularmente para que la anhelada justicia sea pronta y expedita. Como representante de la Sociedad, el Ministerio Público no persigue intereses propios o ajenos, sino que hace respetar el cumplimiento de las leyes. La Fiscalía es el órgano acusador del Estado, como representante de la sociedad, arraiga el ejercicio de la acción penal en nombre de la Nación, suele exigir la actuación de la pretensión punitiva y de su resarcimiento a los afectados. Las necesidades humanas de calidad han ido evolucionando con el paso del tiempo, y los medios para satisfacerlas han sufrido grandes cambios, en un primer momento se dio la etapa de la inspección, donde se separaban los productos defectuosos de los buenos y el aseguramiento de la calidad se finalizaba en la etapa de coordinación. Así a finales de la segunda guerra mundial, los usuarios aparecen como los primeros consumidores de servicios en reclamar y exigir sus derechos. El núcleo de personas que conforman el campo del servicio en el Ministerio Público está conformado por los funcionarios, servidores y usuarios. Los usuarios son las personas naturales agraviadas que están inmersas en una investigación fiscal, son la parte afectada cuyos derechos se han visto vulnerados por el accionar de otros sujetos cuyo comportamiento se ha configurado en el quebrantamiento de las leyes establecidas en el código penal y en las leyes especiales; proceso que se ha iniciado por oficio o denuncia de parte. Los derechos de los usuarios están consagrados en la Constitución, la máxima representante de las leyes y el Ministerio Público, defensor de la legalidad, le otorga un énfasis vital en la adecuada atención y respeto que merecen los usuarios. Los investigadores refieren que para los usuarios no es sólo importante la disposición que emite el

Fiscal, sino también el proceso seguido para su emisión, principalmente el trato e interacción de los colaboradores. La Sociedad es la razón de ser del Ministerio Público, a eso se debe, y se tiene que tratarlo como tal, con amabilidad y respeto, sinceridad, lealtad, y prestarle toda la atención posible y si estos componentes de la calidad de servicio no están bien cubiertos difícilmente se alcanzará una calidad de servicio adecuada. El ministerio Público como política de Estado promoviendo la ética y la transparencia en la gestión pública, estableciendo el compromiso de velar por el desempeño responsable y transparente de la función pública, en aras del proceso de modernización de conformar una organización con servidores que brinden al ciudadano un servicio imparcial, oportuno, confiable, predecible; lo que implica el desempeño responsable y transparente de la función pública con mecanismos de control efectivos. “El servicio al usuario es el conjunto de estrategias que una Organización diseña para satisfacer, las necesidades y expectativas de sus usuarios”. De esta definición deducimos que el servicio de atención al usuario es indispensable para el desarrollo de una organización<sup>3</sup>. Con el fin de establecer parámetros que permitan medir los niveles de calidad del servicio brindado incurriendo en trato, tiempo y oportunidad de atención, es necesario contar con estudios que permitan recoger la opinión del público de los servicios que brinda el Ministerio Público, que redunde en una mejora continua en el índice de satisfacción del usuario. La modernización de las Instituciones estatales en un mundo globalizado y con descubrimientos en tecnología de punta, se enfoca ahora en la satisfacción de la ciudadanía. Es la población la que tiene derechos y obligaciones que cumplir, por tanto exigir un servicio de calidad, influye en la confianza y el respeto que el ciudadano le tenga a su Nación. Bajo la mirada de la Constitución el Ministerio Público se origina para proteger a la persona, siendo el fin primordial la realización del bien común además de velar por los deberes del estado garantizando a la población libertad, justicia, seguridad, paz y el desarrollo a plenitud de la persona. Bajo la realidad de la misión del Estado es fundamental el cumplimiento de la Fiscalía de la Nación satisfacer las necesidades de la población; en este caso la atención al usuario es importante pues se inclina a generar el progreso del país. La calidad total no está enclavada en cada proceso,

---

<sup>3</sup>Serna Gómez, Humberto (2006) *Gerencia Estratégica*. 3R Editores. Bogotá Colombia, pp. 133 – 146.

sino en cómo se relacionan estos procesos en la atención personalizada de todos los procedimientos, que constituyen un sistema abierto en aspectos sociales muy complejos, donde se requieren de una combinación de formas gerenciales y tecnológicas, fases estratégicas y operativas, alcanzando un pleno servicio de calidad en el componente individual de relaciones, es decir en la atención empleado – usuario.

### **1.2.3. Problemática en la Satisfacción del Usuario.**

En los últimos años el término calidad se ha extendido a todos los ámbitos de las organizaciones públicas, desde la atención al ciudadano hasta los procesos más complejos como el control de calidad mediante estadística. Las gerencias de las entidades públicas han venido progresivamente aplicando estándares de calidad, la aplicación de las normas internacionales de calidad ha suscitado nuevas normativas en la gestión gubernamental, con miras a cumplir una óptima atención a la población. Uno de los grandes retos del Gobierno Peruano es la incursión del Estado en los servicios de calidad, para garantizar el bienestar de la ciudadanía, considerando que las entidades que velan por el cumplimiento de la justicia son un eslabón en satisfacer la demanda de jurisprudencia y objetividad en el cumplimiento de las leyes. La calidad se ha transformado en un modo integrador de realizar las tareas, una manera óptima de hacer las cosas, tornándose imprescindible para lograr la satisfacción de los ciudadanos a quienes sirve. La calidad es el conjunto de propiedades y características de un servicio, producto o proceso, que satisface las necesidades establecidas por el usuario, el ciudadano o el cliente de los mismos. ¿Por qué investigar acerca de la atención al usuario? Al medir la atención al usuario se valora objetivamente la percepción sobre la calidad del servicio y se puede utilizar posteriormente esta información para mejorar el rendimiento en aquellos aspectos que contribuyen a aumentar la satisfacción del cliente, coincidiendo con el manual de apoyo para la implantación de la gestión de la calidad. "La satisfacción del cliente constituye un indicador clave para evaluar el desempeño global de la organización y analizarla ayuda a crear una cultura de mejora continua de la gestión". Un sistema de gestión es una herramienta que debería recopilar y analizar información con el objeto de identificar oportunidades de mejora". Zeithaml, Parasuraman y Berry (1990)

conceptúan la calidad de servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseo de los usuarios y sus percepciones”<sup>4</sup> y definen a los rubros que intervienen en las expectativas como: Lo que el público escucha de otras personas (comunicación boca a oído); las necesidades personales del público que pueden condicionar sus expectativas (por ej.: efectuar un desistimiento) Para evaluar la calidad del servicio se proponen 02 etapas: cuantitativa y cualitativa, en la primera se tiene el Modelo SERVQUAL que es la herramienta ideal para medir de forma cuantitativa las expectativas y percepciones del cliente. Existen varios modelos en el ámbito de servicios; el especialista Richard Normann señala como aspectos fundamentales de un “sistema de gestión de servicios”<sup>5</sup> los siguientes: el segmento de mercado, el concepto de servicio, el sistema de prestación de servicio, imagen y filosofía. La ciudadanía es el eje por el cual el Estado debe garantizar una vida plena y al no corregir los factores negativos se corre el riesgo de que haya un pánico general por el quebrantamiento de las leyes, originando un caos, haciendo de la vida en sociedad una existencia caótica. El tema de la calidad en los servicios públicos simboliza una de las etapas de la consolidación de la modernización de la administración estatal, desde la perspectiva de una óptima calidad de vida a los habitantes del Perú, pero para esto se ha tenido que pasar por una serie de etapas que permiten concentrar la demanda de la ciudadanía que afectarán el fortalecimiento de la legitimidad en el Ministerio Público. Con el avance de la ciencia, el descubrimiento de nuevas teorías en calidad, el desarrollo de la tecnología, que guían a una vida plena, con el total respeto a los derechos y deberes del ser humano, se han establecido reformas en las leyes peruanas que han favorecido indiscutiblemente la asimilación de la calidad en la gestión gubernamental. Un servicio de calidad concebido como un principio indiscutible en el presente siglo como derecho de las personas, debe instaurar mecanismos para garantizar éste derecho y es el mismo Estado quién vigila el cumplimiento de los planes para el buen funcionamiento de las políticas, procurando que la calidad adquiera una dimensión social, tendientes a recuperar la credibilidad y la confianza ofrecida por el Ministerio Público. La planificación estratégica pública es

---

<sup>4</sup> Zeithaml, Parasuraman y Berry (1992) *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Editorial Díaz de Santos. México, pp. 56-67.

<sup>5</sup> Albrecht, Karl et al. (2003) *La Gerencia del Servicio*. 3R Editores. Bogotá – Colombia, pp. 81 - 89.

un panorama muy amplio donde los resultados e impactos de un ente deben generar servicios que alcancen resultados logrando un impacto de beneficio social. En este punto, los servicios brindados por el Ministerio Público no solamente se orientan a los cinco principios de la gestión pública (eficacia, eficiencia, efectividad, calidad y economía) sino al impacto social generado. Procurar justicia es el reclamo de la ciudadanía y es el Ministerio Público el órgano que investiga y representa los intereses de la sociedad, investigando los hechos calificados como delitos, y la obtención de pruebas para demostrar la responsabilidad de los inculpados y mantener un orden social óptimo. En la mayoría de instituciones se desconoce o no se menciona el valor de atender a un usuario, que no es visto desde un plano emocional, el cual tiene que ver sobre cómo se siente la persona al experimentar el servicio otorgado por los asistentes administrativos o en función fiscal. Las expectativas de los usuarios son dinámicas y se originan en lo que las personas piensen acerca del Ministerio Público como proveedor principal en el sistema de administración de justicia. La satisfacción del usuario es clave para que continúe con el proceso penal, hay menos probabilidades de que un usuario abandone una investigación delicada como la violación a una menor de edad si es bien atendido. La administración de las relaciones con la población consiste en educar sobre la forma de trabajo, resultados y esfuerzos que realiza el Ministerio Público en aras de mantener una vida social pacífica, estos esfuerzos incluyen sobre la disponibilidad de programas, normas, procedimientos y responsabilidad social que la entidad brinde a la Nación. Un alto grado de fidelidad de los pobladores al Perú se ve impulsado por la satisfacción del usuario, cuyo parámetro muestra el compromiso del Ministerio Público con los peruanos, movilizand o emociones positivas, en tanto si el resultado es negativo se traducirá en protestas, personas con motivos para hacer justicia con sus propias manos. En materia de servicios una persona bien atendida comunica su acogida a otras tres, en cambio una persona insatisfecha dirige su insatisfacción a once personas<sup>6</sup>. El Ministerio Público debe enfrascarse en el rumbo importante de complacer satisfacción de los usuarios, generando de tal forma un clima estable de justicia en la Nación, mediante un trabajo coordinado

---

<sup>6</sup> Summers, D. (2006) Administración de la Calidad. Editorial Pearson. México, pp. 21.

satisface también las expectativas de la familia que rodea al agraviado en una investigación penal, en ocasiones la alta dirección suele creer que los usuarios salen satisfechos, pero puede ser que las personas tengan otros deseos, viendo decrecer el clima de satisfacción en la población. El departamento de comercio de Estados Unidos otorga unos puntos de importancia en su premio a la calidad en el rubro satisfacción al cliente: satisfacción del cliente, utilización de los recursos humanos, garantía de calidad, resultados de la calidad, liderazgo, planeamiento de las calidades estratégicas, información y análisis. Un usuario satisfecho se compromete a comportarse respetando la normatividad presente, las personas satisfechas son más leales a tener una conducta intachable, constituyendo una sociedad con tranquilidad pública, bajo la moral y buenas costumbres. El Ministerio Público hace hincapié a la excelencia en el trato, siendo la ganancia una vida en sociedad con respeto a las leyes. El defensor de la legalidad debe trabajar en forma coordinado con el Congreso de la República porque las normas deben actualizarse constantemente. De las investigaciones realizadas por Milind Lele y Jagdich Sheth establecen cuatro principios para lograr la satisfacción: variables ligadas con el producto, variables ligadas con el servicio, variables ligadas con el servicio post-venta y las vinculadas a la cultura organizacional<sup>7</sup>. Las variables están relacionadas al trabajador y el vínculo que genere con las necesidades del usuario, procesos, sistemas de control de calidad, mensaje que la institución proyecta, programas de acercamiento a la población, la selección de los trabajadores, la actitud que dirigen a los usuarios; la cultura abarca los valores intrínsecos, las creencias de la empresa y la forma como se enseñan, se aprenden estos valores. El servicio al usuario cubre una filosofía en donde los servidores sienten y se conducen para crear personas satisfechas, en ese sentido debe recalcar que los asistentes administrativos y en función fiscal, no le hacen ningún favor a los usuarios por atenderlos, es un derecho que le corresponde a cualquier ciudadano del Perú a satisfacer sus necesidades y ver cumplidos sus derechos fundamentales establecidos en la Carta Magna, por ser el Gobierno del Perú un estado independiente y soberano. Es una responsabilidad que los servidores realizan como funciones propias en el cargo que vienen

---

<sup>7</sup> Zeithaml, V. Berry, L. Parasuraman, A. (1988) *Comunicación y Control de Procesos en la entrega del Servicio de Calidad*. Journal of Marketing, vol. 52, pp. 35.

desempeñando, al mantener un vínculo laboral con el Ministerio Público el cual es remunerado. La planificación de la satisfacción al usuario es primordial, tanto a corto, mediano y largo plazo. Los niveles de satisfacción están íntimamente vinculados a la misión, visión, objetivos de la entidad, los resultados de la planificación van a generar acciones que poseen como objetivo la satisfacción del usuario, el cual es un tema relegado de las instituciones. Es menester calcular detalladamente un presupuesto que satisfaga las necesidades de investigación, por lo que se debe contar con un asesor que brinde sus conocimientos y experiencia para realizar el estudio indicado. El índice de satisfacción es un producto que debe estar relacionado a determinar los factores clave del rendimiento del personal que da como fruto la satisfacción del usuario, evaluar el desempeño del servidor, establecer prioridades adoptando medidas para corregir fallas, controlar los progresos. El presente estudio está presentando un cuestionario el cual va a recabar la calidad de satisfacción suministrada, la investigación solo constituye el inicio de un proceso dedicado a aumentar la satisfacción del usuario, el cuestionario alienta a los usuarios a ver mejoras muy pronto en la atención.

Figura N° 01. Modelo ACSI de satisfacción al cliente establecido por la ISO 9001.



Fuente: ISO 9001

#### 1.2.4. Calidad.

La palabra calidad tiene su origen en el vocablo griego kalos, que significa “lo bueno, lo apto” y en la palabra latina qualitatem, que quiere decir “cualidad” o “propiedad”. Las nuevas perspectivas de la calidad, en torno al ser humano, quien es el principal ente de atención en toda organización; junto al comercio internacional, los logros científicos, las redes de comunicación entre personas de todo el mundo ha hecho que el papel de la calidad se haya convertido en factor importante en los índices de eficiencia y servicio, es así que las organizaciones de hoy en día tienden a desenvolverse en un ambiente competitivo y cambiante frente a un público tan exigente. La calidad se origina en el primer producto vendido por una persona y en esta etapa calidad se conceptualiza como aptitud para el uso. Después de la segunda guerra mundial, se innova con la filosofía de calidad en Japón, logrando que los productos japoneses se introduzcan a los mercados internacionales. A raíz de esto, se han llevado a cabo muchos cambios de forma; donde aparecen metas como: cumplir las expectativas del público, eliminar o reducir los errores en los procedimientos y dar respuesta inmediata a las solicitudes del usuario<sup>8</sup>. La calidad en los servicios públicos es una exigencia constitucional y es una obligación irrestricta del Ministerio Público. Es además el recurso con que cuenta un Estado para compensar las desigualdades de la población a la que sirve, porque es la posibilidad real de que el conjunto de ciudadanos reciba los mismos servicios. La Calidad de servicio se define como un compuesto de numerosos elementos o características de calidad (cortesía, oportunidad o rapidez en la respuesta, transparencia en la información, costos justos, etc.) evaluados por los usuarios en relación a un servicio, según como haya sido la satisfacción de sus necesidades y expectativas. El modelo SERVQUAL define la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. De esta forma, un cliente valorará negativamente (o positivamente) la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores (o superiores) a las expectativas que tenía. Por ello, las compañías de servicios en las que uno de sus objetivos es la diferenciación

---

<sup>8</sup> Alvarez, José et al. (2006) *Introducción a la calidad, aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. Ideas Propias* Editoria. España: 2006, pp. 112 – 121.

mediante un servicio de calidad, deben prestar especial interés al hecho de superar las expectativas de sus clientes. Juran define la calidad como la idoneidad o aptitud para el uso de un determinado producto o servicio; es decir, un producto o servicio será de calidad si funciona para lo que está previsto que sirva. Este concepto exige una definición previa de qué necesidades y expectativas están previstas que sean satisfechas por el producto o servicio a evaluar. Deming define la calidad en función del sujeto que ha de juzgar el producto o servicio. Para Ishikawa el concepto de calidad es muy parecido, ya que la calidad del producto o servicio es la satisfacción de los requisitos de los consumidores de ese producto o servicio. La American Society for Quality Control define la calidad como la totalidad de funciones y características de un producto o servicio dirigidas a satisfacer las necesidades de un cierto usuario<sup>9</sup>. En los manuales de normas ISO (ISO 29004-2) se define la calidad como el conjunto de especificaciones y características de un determinado producto o servicio referidas a su capacidad de satisfacer las necesidades que se conocen o presuponen. El Ministerio Público promoverá una calidad de servicio como base estratégica del desarrollo de la Nación, a fin de garantizar la seguridad ciudadana, entendida como la disponibilidad estable de leyes con el acceso oportuno, permanente y amable por parte de los trabajadores. La seguridad jurídica se alcanzará desarrollando y privilegiando la producción normativa interna, la que involucra programas en atención al usuario, para tales fines el Estado dictará medidas de orden económico, tecnológico, de capacitación y otras que fueren necesarias para obtener niveles estratégicos de calidad. La nueva estructura gubernamental está orientada a las satisfacciones de las necesidades de la población. Juran J. (1990) propone que la calidad son las características de un producto o servicio que le proporcionan las capacidades de atender las necesidades del cliente. En la norma ISO 9000:2005 se entiende la calidad como “el grado en que un conjunto de características inherentes cumplen con las necesidades o expectativas de los clientes o usuarios”. En 1988 se constituye la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) como fin estratégico clave de posicionar en los primeros lugares a las empresas europeas en el mercado internacional. Esta entidad en 1992 presenta el premio europeo a la calidad utilizando los siguientes criterios de

---

<sup>9</sup> Sociedad Americana para el Control de Calidad.

excelencia empresarial: liderazgo, cómo se administra la calidad para encauzar a la organización a la mejora continua. Estrategia y planificación, cómo se refleja la calidad en los objetivos institucionales. Gestión del personal, perfeccionamiento del talento humano. Recursos, organización eficaz de los recursos de la compañía. Sistema de calidad y procesos, método para garantizar el progreso permanente. Satisfacción del cliente, cómo perciben los clientes los productos y servicios. Satisfacción del personal, cómo aprecia el personal a la entidad donde labora. Impacto social, cómo nota el papel de la organización en una comunidad. Resultados del negocio, cómo la empresa alcanza los objetivos. Martínez (1996) adapta las ocho dimensiones de calidad que propuso Garvín (1988) para los productos, obteniéndose: las prestaciones, que abarcan los atributos mensurables y se basan en la percepción del usuario; las peculiaridades, son cualidades objetivas y factibles de ser medidas; fiabilidad, es la forma de atender; conformidad, es la precisión y puntualidad de brindar el servicio; durabilidad, tiempo de uso de un servicio; disposición, rapidez, cortesía y competencia en el trabajo otorgado; estética, armonía en el servicio brindado; Imagen de la Institución. Eiglier y Langeard (1989) establecen 03 dimensiones de la calidad del servicio que son: calidad del output, o resultado final de la calidad del servicio prestado en la forma y el grado en que se cubren las necesidades y expectativas del cliente; calidad de los elementos, propiedades vinculadas al soporte físico, el personal, el cliente y la eficacia de su participación; calidad del proceso, atribuida por la eficacia, secuencia y fluidez de las interacciones de las actividades del servicio<sup>10</sup>. La primera definición de calidad total fue instaurada por Armand Feigenbaun en el año 1957. Calidad constituye el conjunto de cualidades que representan un producto o servicio, es un juicio de valor subjetivo que explica cualidades internas de un elemento o proceso, no es un concepto moderno ya que el hombre siempre ha buscado el perfeccionamiento a través de la historia. William Edwards Deming ha conceptualizado la calidad como la traducción de necesidades futuras de los usuarios en características medibles, sólo así un producto puede ser diseñado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará, la calidad puede estar definida solamente en términos del agente. Joseph M. Duran manifiesta que la calidad son las características del producto que se

---

<sup>10</sup> Eiglier, Pierre y Langeard, Eric(1989) *Servucción: El Marketing de Servicios*. McGrawHill Editores, México, pp. 110 – 121.

basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción. Kaoru Ishikawa refiere que “de manera somera calidad es calidad del producto. Más específico calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos”. Philip Crosby establece que calidad es conformidad con los requerimientos, los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos, las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos, la no conformidad detectada es una ausencia de calidad.

#### **1.2.4.1. Calidad Total<sup>11</sup>.**

El proceso que introduce la calidad es el ciclo de la Gestión de la Calidad Total (TQM, Total Quality Management) definido como la estrategia orientada a cultivar cultura de conciencia de calidad en todos los procesos de la institución. Engloba todos los procedimientos y el personal que labora en ella. Este sistema abarca la participación perenne de todos los trabajadores en la mejoría del desarrollo, diseño del servicio, de igual forma la participación debe ser incluida en las prácticas laborales en todos los niveles jerárquicos del Ministerio Público. Kaoru Ishikawa define a la calidad total como la filosofía, cultura, estrategia o estilo de gerencia según la cual todo el personal practica, estudia, participa y fomenta en la cultura de la mejora continua de la calidad. Calidad Total son el conjunto de actividades llevadas a cabo en una organización para garantizar los objetivos y políticas de calidad, buscando el mejoramiento sistemático de las necesidades y expectativas tanto de los trabajadores como de los usuarios, con participación activa de los directivos con miras a beneficiar a la comunidad. La calidad interna o calidad funcional, corresponde a los factores técnicos funcionales es decir que responde a las expectativas de la atención recibida, tiene que ver con el servicio base (la atención); la calidad externa o calidad comercial se vincula a la forma en cómo es entregado el servicio y la forma como responde a las expectativas de las personas, tiene que ver con el sistema del servicio (cómo se otorga el servicio)

---

<sup>11</sup> Horovitz, J. (1990). La Calidad del Servicio: A la conquista del Cliente. Editorial Mc Graw Hill. Madrid, España, pp. 39 – 44.

Figura N° 02. Gráficos de organizaciones orientadas al cliente.



Fuente: Phillip Kotler y Kevin Keller. Marketing Management.

#### 1.2.4.2. Ecuación de la Calidad.

Los únicos jueces oficiales de la calidad del servicio son los usuarios. El usuario llega al despacho fiscal con ciertas expectativas, que forman parte de un grupo de resultados anhelados por los usuarios como consecuencia de la prestación de un servicio. Para evaluar la calidad del servicio se utilizan parámetros de medición, las expectativas por lo tanto vienen a formar parte de la ecuación de la calidad del servicio, que se simboliza:  $C = E - P$ , donde C = calidad; E = expectativas y P = prestación del servicio. Teóricamente la ecuación se presenta como: la percepción de calidad que tendrá un usuario será igual a la diferencia que exista entre sus expectativas y la real impresión de la prestación del servicio.

#### 1.2.5. Servicio.

La práctica del servicio es el desenlace de las seguidas interacciones entre la Organización, la normativa en la que se fundamentan sus responsabilidades, los procesos que implementan, los trabajadores y los usuarios. Los investigadores han centrado su atención en la calidad del servicio y se le ha reconocido su importancia en el desarrollo de las actividades de la entidad y la gestión de los servicios enfocándose en el valor percibido y la satisfacción. En ese sentido el concepto de servicio se ha ido haciendo espacio cada más vez más resaltante

en la literatura y los investigadores han inclinado el oído para su estudio. Los destacados profesionales que han venido estudiando el tema son Gronroos, liderando la escuela europea y Parasuraman liderando la escuela americana. J. Horovitz define el servicio como “el conjunto de prestaciones que el usuario espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, imagen o reputación del mismo”. Los servicios son "un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios"<sup>12</sup>. Las normas internacionales ISO muestran la siguiente definición: Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor (organización o persona que proporciona un producto) y el cliente (organización o persona que recibe un producto) y generalmente es intangible (ISO 9000:2000). El servicio es un resultado psicológico, cuyo proceso se realiza antes, durante y después de una investigación fiscal que solo puede ser evaluado por la persona que recibió la atención. Las medidas de desempeño de una organización se divide en dos rubros (Butterfield 1991) medidas internas: relacionadas al desempeño de los servidores y los procesos dentro de la institución. Medidas externas: conformados por los aspectos de servicio que son captados por los usuarios, los cuales se van a estudiar en el presente trabajo (elementos intangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía). Es preciso para evaluar la satisfacción del usuario tener una expresión en términos que adquieren significado al compararse con resultados de encuestas aplicadas primero a la expectativa del usuario del servicio y luego encuestas llevadas a cabo sobre la real percepción del servicio. Una opción para medir el servicio es la evaluación del valor percibido el cual se define como la motivación dominante de las decisiones de compra del cliente, otros autores indican que el cliente se lleva la impresión más vívida del servicio cuando ocurre el encuentro con el servicio o momento de la verdad; es decir cuando los clientes interactúan con la entidad del servicio<sup>13</sup>. Se dice que el servicio es un hecho, una actitud, un desempeño, entre los variados conceptos se encuentran los siguientes: cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra

---

<sup>12</sup> Fisher L. y Navarro V. (1994). *Introducción a la Investigación de Mercado*. México. 3 Edición., Mc Graw Hill, pp. 185.

<sup>13</sup> Zeithaml, B. (2002) *Marketing de Servicios*. Mc Graw Hill, México, pp. 107.

que es esencialmente intangible y que no resulta de la propiedad de algo (Whereas Kotler, 1999). Actividad o serie de actividades que son de naturaleza intangible que toman lugar entre las interacciones usuario – empleado, los cuales son suministrados como una solución a un problema de la persona (Gronroos, 1983). Cualquier actividad primaria o complementaria que no produce un producto físico, sino la parte no tangible de las transacciones usuario – empleado (Payne, 1993). Algunas propiedades de los servicios: son intangibles, se realizan y consumen de manera simultánea, en el proceso de prestación del servicio juega un papel primordial la atención, se planifica el proceso de prestación del servicio, existen responsabilidades específicas para satisfacer las necesidades del usuario, la atención es personal. Para facilitar la planificación del servicio, debe estar a disposición una plataforma amplia de indicadores, registro del historial de desempeño y análisis de los resultados. Servicio es el conjunto de actividades intangibles que son el objetivo de una operación que se concibe para brindar satisfacción de las necesidades de los consumidores. El servicio es propiamente intangible, no es posible palparlo, olerlo, degustarlo, no tiene fecha de caducidad, no es posible almacenarlo; pero si se puede sentir, al usuario se le puede dar una disposición fiscal que es el documento real que representa al servicio, pero con el paso del tiempo el servicio es la adquisición de un bien intangible, de ahí que la intangibilidad represente tanto algo palpable como mental. La inseparabilidad de la atención brindada con la predisposición de servir del trabajador se produce de forma simultánea, destaca entonces la característica principal de la intangibilidad que son las funciones del personal establecidas en el manual de organización y funciones. Estas funciones van a definir claramente las actividades que realice el colaborador. El personal de servicios es importante porque el usuario fundamenta su opinión del Ministerio Público en base al comportamiento y actitudes de los trabajadores. Cuando el usuario interactúa con la entidad, cada una de las confluencias del servicio o cada encuentro entre usuario y trabajador es llamado episodio de relación y son establecidos como los factores indispensables en construir la satisfacción. Por supuesto que no todos los servidores atienden igual ni todos los usuarios son los mismos que acuden a las instalaciones, para el ciudadano un buen servicio es el modo en que se le atiende. Percepción es el proceso mental, que consiste en

asimilar, seleccionar e interpretar información con el objetivo de darle un significado coherente, la percepción es la visión de la realidad que realiza una persona, esta función se fundamenta en la atención que el servidor le ha brindado, desde la perspectiva del ciudadano es más importante lo que se recibe y cómo se entrega que lo que se ve, de nada sirve un trabajador en terno que grita. Expectación es lo que un individuo cree que debe suceder, la expectativa está supedita a experiencias anteriores u opiniones de conocidos, la calidad de atención no se mide por la impresión sino por las expectativas que tiene el usuario, es decir lo que se percibe versus lo que se esperaba.

#### **1.2.5.1. Cultura de Servicio.**

La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y actitudes que perfilan los integrantes de una organización, es la educación, moral de las personas que laboran. La cultura explica que los valores deben ser compartidos por todos los miembros en razón de la misión del Ministerio Público, aquellos valores universales son: tolerancia, cortesía, honradez, empatía y comunicación<sup>14</sup>. Los ambientes donde los seres humanos interactúan se debe a un auténtico sentido de entregar lo mejor que se tiene como persona para ayudar a otros en una materia determinada. La cultura de servicio afecta el clima laboral y la imagen institucional tanto interna como externamente, entonces la cultura de servicio es una estrategia fundamental de los recursos humanos, tecnológicos, sistemas y normas que permitan una estable y elevada relación integrando a todos los agentes comprometidos: ciudadanía, servidores y funcionarios. La cultura de la organización establece el comportamiento del empleado y fundamenta los principios para que coexistan las distintas conductas de los trabajadores. La cultura establece la identidad de la organización, rechaza malas prácticas laborales, produciendo que los colaboradores se sientan identificados con ella, también genera un sentido de pertenencia “ponerse la camiseta”. La cultura es el conjunto de creencias en un contexto social que se visualiza en el comportamiento de sus trabajadores, expresados en una forma de sentir, pensar y actuar con el usuario. Esta cultura de servicio

---

<sup>14</sup> Colunga, C. (1995). La Calidad en el Servicio al Cliente. 1ra Edición. Panorama Editores, México, pp. 44 – 50.

asocia al distrito fiscal de Ica con los demás distritos, la hace inconfundible y le otorga un valor agregado real. Los empleados reconocen que hay una cultura de servicio si es que la alta dirección los capacita en atención al usuario, les brindan charlas de calidad de servicio y si hay recompensas por un servicio de calidad. Para lograr un compromiso profundo una de las metas es la capacitación y desarrollo, ya que tienen una influencia exponencial en la actitud de su personal y se ejecuta un compromiso educativo – laboral de promover una conciencia colectiva de educación, asesorando y proporcionando la ayuda técnica especializada para facilitar e internalizar los valores, incrementando la productividad, formulando una propia filosofía que se traduce en un excelente trato a los usuarios.

#### **1.2.6. Satisfacción del Usuario.**

El concepto "Satisfacción del Usuario" adquiere un notable relieve en el ámbito de la biblioteconomía en los años 80, tal como lo refleja la literatura profesional. Habitualmente aparece unido a otros dos términos que han entrado con una fuerza similar: la calidad y la evaluación. Según Juran y Gryna (1999), "la satisfacción del cliente se define a partir de dos componentes: las características del producto y la falta de deficiencias"<sup>15</sup>. Constituyéndose la satisfacción del cliente en una de las características que definen la aptitud de los procesos. En la definición propuesta por Poll y Boekhorst, observamos que se trata de una medida por medio de la cual se quiere valorar si una organización cumple su meta principal, esto es, si ofrece servicios de calidad que satisfagan a sus usuarios. Con este planteamiento se pone de manifiesto que se juzga en términos de efectividad, para medir hasta qué punto un servicio está cumpliendo esta meta desde la perspectiva del usuario. Interesante es también la definición que nos aportan, Georges D'Elia y Sandra Walsh en la que se constata la presencia, ciertamente novedosa, de cuatro elementos: el primero, las necesidades, consideradas como aquello que un individuo debería tener; el segundo, el deseo, aquello que el individuo quisiera tener; el tercero, la demanda

---

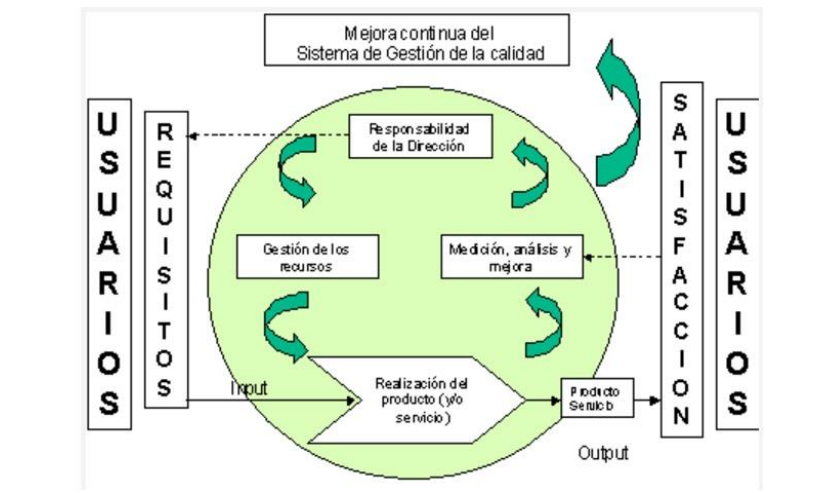
<sup>15</sup> Setó, D. (2004) De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. ESIC Editorial. Madrid, España, pp. 53 – 57.

efectuado, y por último, la utilización misma del servicio<sup>16</sup>. Con ello se retoma la discusión acerca de las necesidades de información que tienen los usuarios, difícilmente evaluables por el desconocimiento que tiene el usuario de las mismas, lo que obstaculiza también la medición de su satisfacción, ya que si desconoce cuál es su necesidad de información difícilmente tendrá expectativas que condicionen negativamente la prestación del servicio y, por tanto, su grado de satisfacción. Se ha diseñado la encuesta de expectativa y satisfacción para medir y cuantificar la situación del usuario, para poder aplicar acciones de contingencia y anticiparse a los cambios necesarios en la organización, el seguimiento de la información recopilada en las encuestas sirven para procesarlos y analizarlos por la alta dirección, para detectar procedimientos que afectan las áreas de atención al público y finalmente efectuar una propuesta de aportar a la mejora en la toma de decisiones. Kotler afirma que un cliente puede experimentar grados alternos de satisfacción. Si el desenvolvimiento del servicio del empleado no llega a cumplir sus expectativas, el cliente queda insatisfecho. Una estrategia flexible acorde con las exigencias de calidad, apuntan a la satisfacción del usuario y un sistema de gestión de calidad, desarrollan una serie de procesos que van a cumplir con el usuario respecto al servicio. Puesto que los usuarios se simbolizan por su heterogeneidad, ante ello Karl Albrecht propone una escala jerárquica de cuatro niveles para las expectativas que un cliente espera satisfacer en la recepción de un servicio: básico, son las propiedades necesarias. Esperado, son los elementos que el usuario pretende de un servicio. Deseado, son atributos que el usuario no necesariamente espera pero sí conoce y anhela. Inesperado, atributos que superan las expectativas y deseos del usuario y que logran sorprenderlo.

---

<sup>16</sup> Tschohl, J. (2007) *Servicio al cliente: El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Editorial PAX. México D.F., México, pp. 16 – 18.

Figura N° 03. Enfoque del Modelo de Proceso del Sistema de Gestión.



Fuente: Alteco Consultores.

### 1.2.7. Calidad del Servicio.

De acuerdo a los estudios presentados por Ishikawa (2000) la calidad es un afán que ha preocupado siempre a la humanidad, el hombre en su esencia siempre ha buscado mejorar su entorno. La calidad, perfección y la mejora son ideales que han existido en todas las culturas a lo largo de la historia. En las instituciones de atención pública cuyo objetivo es proporcionar satisfacción de las necesidades y expectativas de justicia del usuario, el concepto de calidad en el servicio se entiende como la satisfacción total de las necesidades de la persona, mediante la realización de actividades esencialmente intangibles con un valor agregado y el cumplimiento de los requisitos adecuados al producto o en este caso particular al servicio; así el Ministerio Público debe proporcionar servicios con los que se sienta satisfecho el usuario<sup>17</sup>. El servicio es percibido por nuestros sentidos y sólo puede ser evaluado por la persona atendida, al servicio no se le puede fijar un precio y es difícil establecer con precisión la vida útil. El servicio no es factible de devolución, no se pueden contabilizar, ni llevar un registro logístico, se dan en el instante que el usuario lo requiera. Edward Deming enseñó los altos costos que una organización genera cuando no posee una gestión para administrar su calidad, es decir el rechazo de la gente por la institución, el costo de trabajar doble para suprimir equivocaciones, desperdicio de horas/hombre por realizar un mismo procedimiento varias veces, Deming hizo mejoras en el

<sup>17</sup> Zeithaml, B. (2002) *Marketing de Servicios*. Mc Graw Hill, México, pp. 67 – 69.

proceso de calidad, mediante la instauración de 4 fases: planear, hacer, verificar y actuar<sup>18</sup>, por medio de un análisis profundo de cada uno de los procesos, se pueden detectar los problemas lo que conlleva a realizar una retroalimentación para evitar futuros inconvenientes. Lo más importante de medir la satisfacción del cliente es introducir mejoras e innovar en el ensamble de procesos, siendo favorable para el Estado siempre y cuando se esté dispuesto a invertir en tiempo y dinamismo, en consecuencia la medición de la satisfacción es trascendental. La correlación parte del estudio de la expectativa, es decir la probabilidad de obtener una buena atención y del estudio de la percepción, es decir de la impresión real que ha causado la atención, cuando se hayan identificado y comprendido la relación entre expectativa y percepción, se podrán tomar decisiones justificadas. La organización pública constituye un sistema dinámico que produce servicios, requiriendo de las cuatro áreas importantes en toda institución: finanzas, potencial humano, gerencia y control. En la función de finanzas se asume que todo servicio brindando por el Estado es en esencia un servicio gratuito a la ciudadanía, nunca un servicio privado, por lo tanto el usuario tiene todo el derecho de acceder a dichos servicios. Los servicios públicos son productos intangibles que se sustentan de actos de regulación mencionados en las leyes, decretos y normas, actos que consolidan la soberanía del Perú en materia judicial. El control de la calidad del servicio es una labor que consiste en comprobar los distintos procedimientos que van desde la denuncia de una irregularidad, hasta llegar al esclarecimiento de los hechos, con un propósito primordial que es corregir previamente las desviaciones que existen en relación a lo planificado. Se deben mantener registros preventivos y correctivos, para asegurar la continuidad del sistema de control porque con la información recabada se estaría evidenciando la satisfacción del usuario. La norma ISO/IWA 4:2006. Sistemas de Gestión de la Calidad afirma que para que un Gobierno sea considerado confiable, debería considerar las garantías mínimas para todos los procesos y servicios principales. Sin credibilidad no hay calidad y el Estado es un ente formulador de políticas públicas encaminadas a satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

---

<sup>18</sup> Deming, Edward (2013) *Calidad, Productividad y Competitividad: La salidad de la crisis*. Editorial Diaz de Santos, México, pp. 216 – 235.

### **1.2.7.1. Control de la Calidad.**

Es el conjunto de técnicas y actividades de carácter operativo, utilizadas para analizar los requisitos relacionados a la calidad del producto o servicio. En el siglo XX surgen las oficinas de control de calidad, impulsados por la filosofía de Taylor que daba una clara separación entre funciones y tareas. Henry Ford desarrolla una línea de montaje en el que las piezas utilizadas debían requerir con especificaciones mínimas de calidad y se aplicó el proceso de inspección a los procesos. Se introduce la estadística a la inspección, realizando controles intermedios en el proceso.

### **1.2.7.2. Gestión de la Calidad.**

Grupo de actividades, planificadas y sistematizadas, que son vitales para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos establecidos sobre calidad. Se organizan y documentan los procesos de la Institución cumpliendo determinadas especificaciones, mediante manuales, herramientas y procedimientos técnicos abarcando todos los aspectos que tengan influencia en la calidad final del producto o servicio.

### **1.2.8. Organización de la Calidad del Servicio.**

León Duguit sustentaba el criterio de que cuando el Estado proporciona enseñanza, transporte, sanidad, justicia no ejerce un poder de mando; aun cuando esas actividades son regidas por un sistema de derecho público, el fundamento del Estado no es la soberanía sino la noción de servicio público. El Estado moderno no es más que una comunidad o corporación de servicios públicos cuyos agentes son los gobernantes. Por lo tanto, es de entender que las funciones del Estado son todas aquellas actividades que los gobernantes ejercen para crear, organizar y asegurar el funcionamiento ininterrumpido de los servicios públicos. En consecuencia, cabe concluir que para esta doctrina, administración y servicios públicos son la misma cosa<sup>19</sup>. En el preámbulo de la Constitución, entre los valores que debe consolidar el Estado se consagra el bien

---

<sup>19</sup> León, D. (2011) *Lecciones de Derecho Público general: Impartidas en la facultad de Derecho de la Universidad egipcia los meses de enero, febrero y marzo de 1926*. Editorial Marcial Pons. España, pp. 33.

común el cual se logra en parte, mediante una adecuada creación y prestación ininterrumpida de los servicios públicos. Los clientes son todas las personas que se benefician de los procesos, servicios y productos de la empresa. Al hacer esta distinción, la filosofía de la calidad en el servicio confiere a todos los trabajadores de la institución una mayor responsabilidad y compromiso para realizar a la perfección su labor y prestar un servicio que satisfaga las necesidades de todos los clientes, pacientes y equipo multidisciplinario. La calidad en el servicio es una cultura, una forma de ser, de vivir, de actuar. La calidad existe cuando los miembros de la institución poseen, comparten y ejercen una serie de valores cuyo fin último es la satisfacción de las necesidades del cliente. Lograr una cultura de calidad en el servicio requiere que en cada persona que integra la organización, se dé un cambio y el desarrollo de una serie de valores y actitudes. Una actitud lógica en relación con el enfoque orientado al consumidor, es ponerse siempre en el lugar de los demás; esto implica escuchar las opiniones del cliente, actuar en una forma que se resuelvan sus problemas y se satisfagan sus expectativas. La calidad se logra mediante la prestación de una gran cantidad de servicios y de la dotación de variados y costosos bienes. La calidad surge cuando el usuario siente satisfacción al ser atendido y el trabajador siente satisfacción de otorgar servicios (Ishikawa 2000)<sup>20</sup>. La calidad del servicio constituye el éxito o fracaso de una empresa, pero al hablar del Ministerio Público se busca internamente fomentar una actitud positiva para un servicio de excelencia y de forma externa, buscar el desarrollo de la Nación en términos de justicia, eficiencia y honestidad. Lo que un usuario espera del servicio es una explicación sencilla y coherente de los procedimientos administrativos, expresión de gusto y entusiasmo por atender; solución de quejas, aceptación por errores cometidos, el usuario no busca el favor o el agradecimiento del servidor, sino busca una atención óptima en el marco de los derechos constitucionales por ser un ciudadano que contribuye al desarrollo del país. En los últimos años se ha dado relevancia primordial a la calidad, dado que la mejora continua de los productos y servicios, resultan de beneficio en términos de costos, reputación y satisfacción tanto del usuario como del trabajador, son relativamente recientes

---

<sup>20</sup> Gronroos, C. (1988) Las nuevas competencias de la Economía del Servicio. *International Journal of Operations Product Management* 8, pp. 9 – 11.

los estudios que implican un enfoque directo hacia la mejora de la calidad, siempre se ha dado una visión de la calidad orientada a la venta de productos y son escasas las investigaciones encaminada hacia el servicio. Los trabajos de Gronroos (1982) Gummesson (1978) Lethinen y Lethinen (1991) manifiestan que hay dos dimensiones en la calidad del servicio: calidad técnica y calidad funcional<sup>21</sup>, siendo la relación simbiótica entre ambas la determinación de la imagen institucional de la Organización. Gronroos de la escuela nórdica, propone el Modelo de la Imagen donde expone la existencia de la dimensión técnica o diseño del servicio, es decir valorar lo que esperan los clientes y la dimensión funcional, es decir cómo se ofrece el servicio. A partir de estos antecedentes Gronroos señala los factores que afectan la calidad: la dimensión técnica (máquinas y tecnología, habilidades técnicas, soluciones técnicas y conocimientos) la dimensión funcional (aparición, accesibilidad, actitud, predisposición del servicio, relaciones interpersonales, comportamiento, contacto con el cliente). Esta teoría es evaluada en 1987 por Gronroos y Gummesson en el que se entrelazan las dimensiones técnica y funcional con las cuatro Q (calidad de diseño, de producción, en la prestación y relacional). En el 2001 Brady y Cronin adoptaron este concepto al establecer que la percepción global de la calidad está calculada por parte del cliente en tres consideraciones, integradas a su vez por sub-dimensiones: Interacción empleado / cliente (calidad funcional) constituida por la actitud, la conducta y la experiencia del personal; el entorno del servicio, modelado por las condiciones ambientales, el diseño y distribución física de las instalaciones; el resultado del servicio (calidad técnica) que se constituye por el tiempo de espera, las evidencias tangibles del servicio y su evaluación global. El concepto de la calidad se ha venido desarrollando con las primeras civilizaciones (fenicios y egipcios) o en la Edad Media (industrialización) que fabricaban productos. En la era industrial se pasó del taller a la fábrica, este sistema de producción en masa provocó cambios en la dirección para atender la calidad de los productos, la calidad ha ido evolucionando refiriéndose no solo al producto, sino también al servicio, solo que éste es intangible. Un servicio de calidad no es solo amoldarse a la normativa de calidad,

---

<sup>21</sup> Gronroos, C. y Gummesson, E. (1987) *Calidad de Productos y Servicios: Una síntesis tentativa entre dos modelos*. Documento presentado en la Asociación Americana de Marketing durante la Sexta Conferencia Anual de Servicios de Marketing.

sino también ajustarse a las expectativas del usuario, dada la naturaleza de los servicios la población siempre los juzga mediante lo que percibe y cómo lo recibe. La calidad como la belleza está en el ojo del observador, es por eso que el usuario se verá un ciudadano comprometido con el desarrollo de su país siempre y cuando las entidades públicas satisfagan sus necesidades. Las organizaciones conocedoras de la opinión de sus clientes han desarrollado procesos que les permiten estar a la delantera en temas de calidad, como los japoneses.

Figura N° 04. Gráfico de la Gestión para la Calidad.



Fuente: Despacho Contable Arroyo.

### 1.2.9. Dimensión de la Calidad del Servicio.

El servicio público es la actividad destinada a satisfacer una necesidad colectiva de carácter jurídico, social, medioambiental, material, económico o cultural, mediante prestaciones concretas por parte del Estado, de particulares o ambos, sujetos a un régimen jurídico que les imponga adecuación, regularidad y uniformidad, con fines sociales<sup>22</sup>. Existen dos corrientes económicas que

<sup>22</sup> Colunga, C. (1995). *La Calidad en el Servicio al Cliente*. 1ra. Edición. Panorama Editores, México, pp. 103, 107.

contemplan la posición del Estado en la prestación de servicios públicos: La Individualista: la cual sólo reconoce como necesaria la intervención del Estado en lo referente a los servicios de seguridad interior y exterior de la nación, la administración de justicia y el mantenimiento del orden dentro del estado y La Estatista: que sugiere que los particulares no deben intervenir en la prestación de los servicios públicos pues se desvían del fin social y se utilizan con fin de lucro. Los objetivos de calidad deben estar alienados a la misión y visión del Ministerio Público, además debe establecerse la fuente de donde se obtendrá la información, el responsable de administrar los datos y en qué sistema se va a hacer el análisis de los mismos, los objetivos deben instaurarse en los niveles y funciones pertinentes, las herramientas para alcanzar lo planificado, al momento de establecer los objetivos se debe tener en consideración: las necesidades actuales y futuras del Ministerio Público, los hallazgos continuos encontrados por los servidores, el desempeño de los trabajadores, los niveles de satisfacción de los actores involucrados, estudios comparativos, oportunidades de mejora y el nivel de satisfacción de las partes interesadas. Respecto a la teoría brindada por los exponentes de la escuela norteamericana, se destacan los estudios de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985 – 1988) quienes conceptúan a la calidad del servicio como el juicio global del cliente acerca de la excelencia del servicio que florece de la comparación entre las expectativas previas y las percepciones acerca del desempeño por el servicio ofrecido. A partir de aquí nace el modelo de las deficiencias o de los GAPS, que es un modelo de calidad de servicio, donde se identifican los orígenes de un servicio deficiente. La diferencia entre expectativas y percepciones nacen de las siguientes deficiencias:

GAP 1: Desavenencia entre las expectativas y percepciones de los clientes respecto a lo que la Dirección de la entidad tiene sobre esas expectativas.

GAP 2: Disconformidad entre la percepción que la Dirección posee sobre las expectativas de los clientes y las características de la calidad del servicio.

GAP 3: Discrepancia entre las características de calidad – diseño del servicio - y el servicio realmente ofrecido – realización –.

GAP 4: Diferencia entre el servicio realmente brindado por la Organización y lo que se comunica a los clientes acerca de él.

### 1.2.9.1. Características<sup>23</sup>.

- La Necesidad: es la decisión por parte del Estado de declarar servicio público a determinada actividad que se traduce en una exigencia de tipo colectivo por la compleja organización del individuo en sociedad, y su esencia es que no se debe prestar a lucro.
- La Entidad: el servicio público se prestará a través de un organismo ya sea centralizado, descentralizado o concesionado y que en todo momento estará sujeto a leyes que cuiden la correcta satisfacción del servicio y no se desvíe la esencia y filosofía en el interés colectivo; la entidad deberá contar con los medios económicos adecuados que garanticen la prestación en forma regular y eficiente.
- La Sociabilidad: la idea de no lucro y bienestar social debe imperar, así como el servicio público debe ser impersonal y general hacia la población que lo requiera, sin importar clase social, religión, sexo, ideas políticas, etc.

El círculo PDCA (Plan, Do, Check, Act). Planificar, hacer, verificar, actuar es una estrategia de mejora continua de la calidad en 4 pasos: Planear, indica la ponderación de los objetivos (finalidad a alcanzar) la definición de las estrategias (el sendero para lograr los resultados) la determinación de las ocupaciones a secuenciar (plan de acción) así como las señales que permitirán el proceso de retroalimentación. Hacer, se pone en uso lo planeado, plasmando la capacidad de la organización y de sus trabajadores para tomar decisiones, racionalizando recursos y trabajando en equipo. Verificar, es evaluar lo realizado con lo planeado, se aplican los indicadores plasmados y se examinan los resultados. Actuar, Es propiciar medidas correctivas y de seguimiento, encontrando posibles defectos para enmendarlos. Aspirar a un mejoramiento del trabajo es una meta digna olvidando la actitud de “yo hago lo necesario por lo que me pagan”, lo cual siempre lleva a frustraciones, ante ello un jefe responsable aprecia la sincera labor eficiente de un trabajador y debe introducir métodos para compensar los esfuerzos adicionales, para felicitar a los buenos

---

<sup>23</sup> Zeithaml, V. Berry, L. Parasuraman, A. (1988) “Comunicación y Control de Procesos en la entrega del Servicio de Calidad” Journal of Marketing, vol. 52, pp. 35 – 38.

empleados. Para la población es muy penoso ver empleados con una conducta descortés, sin interés, no los atienden con celeridad; estos comportamientos tienen una imagen corporativa muy estropeada, que por falta de un servicio caluroso pierda crédito en el país.

### **1.2.10. Modelo SERVQUAL.**

El análisis de la calidad del servicio se inicia formalmente con el artículo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) en el que se propone un modelo de Calidad del Servicio, el cual es redefinido y denominado SERVQUAL por los mismos autores en 1988. Los estudios formales de calidad del servicio tienen su inicio con los trabajos de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) en los que se destaca que los servicios presentan una mayor problemática para su estudio pues poseen tres características que los diferencian ampliamente de los productos: Intangibilidad, heterogeneidad e Inseparabilidad<sup>24</sup>. El modelo SERVQUAL es un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto grado de confiabilidad y validez, que las organizaciones pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los usuarios respecto a un servicio. La escala consistía en un cuestionario con preguntas básicas. Este instrumento se elabora con el objetivo de identificar primero los factores que generan valor para el usuario y a partir de esos datos introducir mejoras en esas áreas. Partiendo de nuevas premisas se afirma la idea de que para lograr un nivel óptimo de calidad es superar las expectativas del usuario. Mediante el examen constante en el servicio, necesidades y opinión del público, se identifican diez criterios para facilitar un contexto general de la Institución, respecto a brindar un excelente servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación, comprensión del cliente. En 1988 trabajo posterior Parasuraman, Zeithaml y Berry, establecen la calidad del servicio en 5 dimensiones<sup>25</sup>:

---

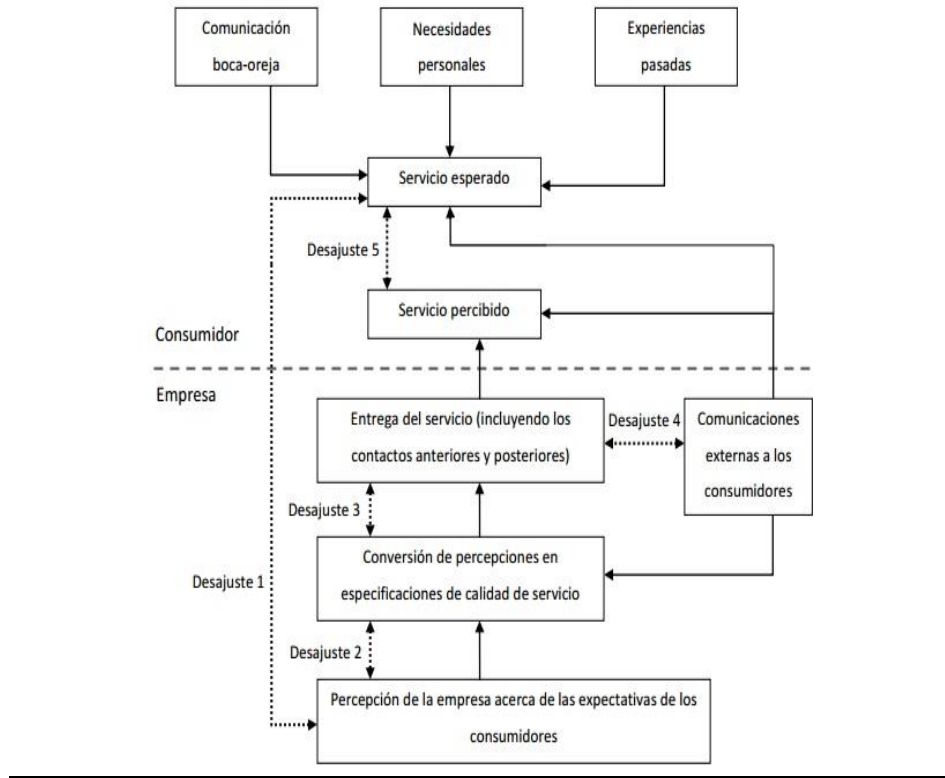
<sup>24</sup> Parasuraman, A. Berry, L. Zeithaml, V. (1991) "Calidad de servicio percibida como medida de desempeño basada en el cliente: un examen empírico de las barreras organizacionales y un modelo de calidad de servicio extendido". *Administración de Recursos Humanos*, vol. 30 (3), pp. 335 – 364.

<sup>25</sup> Parasuraman A. Zeithmal Valerie, & Berry Leonard Y. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal Of Marketing*. Vol. 49, Otoño de 1985, pp. 41-50.

- Los Elementos Tangibles. Son la parte visible del servicio, se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Influyen en la calidad de servicio directamente o dando una idea del mismo. La apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y dispositivos de comunicaciones.
- La Fiabilidad. Es la habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Implica el cumplimiento de la promesa de servicio y una prestación sin errores. La habilidad para desempeñar el servicio prometido de manera precisa y fiable.
- La Capacidad de Respuesta. Disposición y voluntad para servir a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. Es tener el deseo de servir al usuario oportunamente. Es hacerle ver al usuario que sus demandas se desean satisfacer.
- La Seguridad. Se refiere a que los conocimientos, atención y habilidades mostrados por los asistentes administrativos y en función fiscal, inspiren credibilidad y confianza. Es la cortesía unida a la erudición en el trabajo. Es el resultado de asignar al cargo, la persona adecuada, competente y con las fortalezas personales necesarias. La buena disposición y apoyo al cliente, dotándole de un servicio oportuno.
- La Empatía. Es la atención individualizada que ofrece la Institución a los usuarios. Es el deseo de conocer las necesidades del usuario y encontrar la respuesta más adecuada. La capacidad de sentir y comprender las emociones de otros, mediante un proceso de identificación, atención individualizada al cliente.

El modelo SERVQUAL se trata de una serie de ítems, repartidos entre las 5 dimensiones. Las dos partes del cuestionario simétricas. A cada sentencia para medir las expectativas les corresponde otra que mide percepciones. La diferencia entre percepciones y expectativas será una medida de la calidad del servicio ofrecido. Cuando mayor sea esa diferencia mayor será la calidad del servicio.

Figura N° 05. Modelo de la evaluación de la Calidad del Servicio.



Fuente: Parasuraman, et al. (1985)

### 1.2.11. Índice de Satisfacción del Usuario.

Satisfacción es el estado psicológico en el que se encuentra la persona luego de la evaluación que realiza respecto a un servicio y que depende de si éste respondió a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción. La calidad se contribuye a la satisfacción del usuario, el cual considera a la organización como un sistema de partes interrelacionadas, donde cada parte recibe la influencia de la otra y viceversa; lo que se busca es la mejora continua en los servicios de los usuarios de la organización para aumentar su satisfacción en el servicio recibido y esto traiga como consecuencia una mejor atención. Además de aumentar la satisfacción en el trabajo, disminuye en el usuario el desinterés en seguir un proceso. Básicamente el modelo pone de manifiesto la relación existente entre los componentes del servicio de calidad interno (herramientas, políticas, procedimientos, equipos de trabajo, soporte de la dirección y metas de la organización), la capacidad de servicio (la percepción

del empleado de servir a otros empleados de los cuales ellos son proveedores) y los componentes del servicio al cliente interno (recursos suficientes, rápida respuesta a los requerimientos, proporcionar servicios y productos confiables, ser capaces de recuperarse de los problemas, que exista una comunicación clara y suficiente entre los empleados del departamento y ser responsable de los servicios y del trabajo que desempeñan)<sup>26</sup>. Las características de la encuesta debe abarcar: el instrumento de medición debe enfocarse solo en el usuario, sin hacerse suposiciones; el proceso debe ser complejo para eliminar cualquier sesgo; todas las características de las áreas a medir deben ser expresada en números para permitir una fácil comparación con la calidad realmente percibida; en todas las fases de la encuesta deben corregirse los errores. El Diccionario de la Real Academia Española establece que la percepción es la “sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos”. La percepción es la capacidad de administrar la información que se asimila a través de los sentidos, creando una definición basado en nuestra inteligencia y experiencia.

#### **1.2.11.1. El Valor Percibido.**

En el siglo XX se empieza a hacer mención del valor como apartado académico, y se detalla que los recursos humanos entregan valor al producto final durante el proceso de producción. El valor es asociado a la utilidad, al indicar que las personas elevan su utilidad en el momento en que la satisfacción individual es obtenida por los productos que han decidido consumir. Porter (1985) refiere a través de su enfoque de las teorías competitivas, como el valor puede ser originado mediante la interacción de diferentes departamentos con características especiales. En la década de los noventa algunos autores manifiestan que la evolución del movimiento de la calidad, debe ser cambiada hacia la gestión del valor del cliente. Enrumbados en esta observación se reconoce al valor en el estudio de investigación profesional y el entendimiento del comportamiento del cliente. Esta perspectiva enfatiza el canal existente entre la percepción del

---

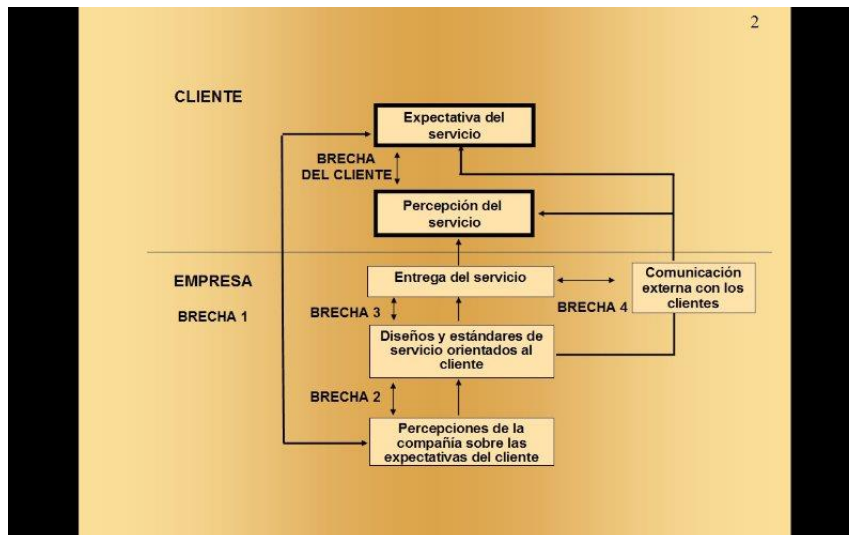
<sup>26</sup> Gummesson, E. (1978) “Hacia una Teoría del Marketing de Servicios Profesionales”. *Industrial Marketing Management*. Vol. 7 (2) pp. 66

valor y la respuesta del cliente, realizando su interés respecto al servicio ofrecido<sup>27</sup>. Se entiende que el valor es la motivación dominante del comportamiento del usuario en la Institución. Se afirma entonces que el valor percibido es un imperativo táctico para las Instituciones que deseen mantener su imagen de forma sostenible en el tiempo, entonces el único sendero de éxito para una entidad es la prestación de un valor superior para el usuario. Aumentando el valor agregado que el Ministerio Público brinda a la población, implica operaciones tales como: otorgar servicio responsable, el valor también es percibido por el usuario como un juicio evaluativo del servicio. Es así que nace la definición de valor: Valor percibido es la evaluación global del consumidor de la utilidad de un servicio, fundamentado en la percepción de lo que se recibe y de lo que se entrega. Valor del producto es la suma de todos los aspectos de un servicio que buscan satisfacer las necesidades del usuario menos los aspectos negativos del servicio. El valor es la evaluación por parte de la población en la búsqueda de justicia que hace adquirir el servicio como derecho principal que poseen como ciudadanos del Perú. El valor otorgado por parte del usuario es un constructo inherente a la utilización del servicio, por lo que habrá un valor previo y un valor posterior al servicio, planteando que existe un valor analizado por las expectativas del usuario (valor esperado) y una evaluación posterior después de recibir el servicio (valor recibido). Ante ello es necesario identificar los aspectos que el usuario percibe como generadores de valor a través de un sistema continuo de aprendizaje por parte de la Institución desde la perspectiva del usuario.

---

<sup>27</sup> Lethinen, U. Lethinen J. (1991) Dos aproximaciones a las Dimensiones de la Calidad del Servicio. *The Service Industrial Journal*, 11 (3) pp. 71 – 75.

Figura N° 06. Brecha Atención – Servicio.



Fuente: Zeithaml, Valerie. Bitner, Mary Jo. Marketing de Servicios.

### 1.2.12. Importancia de la Satisfacción del Usuario.

La satisfacción al usuario engloba un proceso de encadenamiento de actividades que tienen por objeto la obtención de un resultado final definido, realizado por un conjunto organizado de recursos (humanos, metodológicos, materiales y máquinas). Estos 4 elementos en su conjunto van a reunir características y atributos específicos y tangibles óptimos. La satisfacción al usuario refleja la calidad en el servicio, la cual es una cultura, una forma de ser, de vivir, de actuar. La calidad existe cuando los miembros de la institución poseen, comparten y ejercen una serie de valores cuyo fin último es la satisfacción de las necesidades del cliente<sup>28</sup>. La satisfacción al usuario es lograr una cultura de calidad en el servicio y ello requiere que cada persona que integra la organización, sea parte de un cambio y un desarrollo de una serie de valores y actitudes. Una actitud lógica en relación con el enfoque orientado al usuario, es ponerse siempre en el lugar de los demás; esto implica escuchar las opiniones del usuario, actuar en una forma que se resuelvan sus problemas y se satisfagan sus expectativas. La norma ISO 9001 considera requisito esencial la evaluación de la satisfacción del usuario y el modelo EFQM lo estima como un criterio fundamental, por lo que analizar la satisfacción establece una cultura de avance en la gestión

<sup>28</sup> Navarrete, H. (2009) *Gerencia de la Calidad total*. 2 Edición. Ediciones CERLAC. Bogotá, Colombia, pp. 23 – 27.

administrativa. Conocer las necesidades del usuario y la percepción del servicio que está recibiendo ayuda a alcanzar objetivos institucionales, por lo tanto saber escuchar al público y hacerles preguntas clave, obtendremos información sobre las fallas y lo que valoran del servicio. Las expectativas de la ciudadanía varían en el tiempo y se transforman haciéndose cada vez más exigente la atención personalizada. Llevar a cabo un proceso de medición redundante en la esperanza del público que la atención va a mejorar, para ello se debe resaltar que se tienen que presentar los siguientes puntos en la institución: la voluntad de la dirección y del personal de querer efectuar un cambio en el servicio, el compromiso de los miembros de la entidad para llevar acciones de progreso, alta fluidez en la comunicación del empleado hacia los usuarios. La imagen del Ministerio Público es percibida como una idea que se crea de la institución a partir de las experiencias personales que se originan en el servicio recibido. Esta perspectiva se concentra en la imagen institucional como una representación de todo el grupo de asociaciones y significados que están ligados al Ministerio Público. En la definición de Bristol (1960:13) "*La imagen es... en esencia, simplemente la fotografía que las empresas han creado en la mente de sus diferentes públicos*"<sup>29</sup>. Berstein (1984:125) manifiesta que: "*la imagen es el resultado de un conjunto de interacciones entre todas las experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y conocimientos que la gente tiene acerca de una organización*". A partir de 1950 los académicos se enfilan en la investigación de la imagen corporativa. Boulding (1956) uno de los primeros estudiosos afirma en su trabajo que se vive una fuerte conexión entre la imagen que tiene un usuario acerca de una organización y el comportamiento que desarrolla hacia ella. Bernstein (1984) indica el interés que la Alta Dirección debe suministrar a la imagen corporativa, no en la acepción de proyectar una imagen explícita, sino en el sentido de comprender qué tipo de señales remite la entidad a las personas y cómo decodifican dicha información, con la finalidad de establecer si es similar con la percepción que los directivos tienen de su organización. Olins (1978) aduce que la evolución de la imagen corporativa llegó al nuevo concepto de personalidad corporativa. Esta acepción se refiere al conjunto de valores de las personas que laboran en la organización, se apunta a la gran importancia que tiene el personal

---

<sup>29</sup> Londoño, A. (2010) Gestión de la Identidad Empresarial. 3 Edición. Icontec International, Bogotá, Colombia, pp. 44 – 49.

en la formación de la imagen de una entidad. Nace realizar una diferencia entre los conceptos de imagen, identidad y reputación, como manifiesta Balmer (1995: 978) “... *mientras la identidad de una organización (elementos que la caracterizan) puede generar una imagen (percepción) positiva en algunos de sus inversionistas, en otros grupos de inversionistas puede ser mala*”. Stuart (1994) plantea un modelo en el que se encadenan definiciones como: imagen, identidad, filosofía, personalidad, posicionamiento y reputación, asimismo se encuentran relacionadas con variables demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

#### **1.2.12.1. Modelo EFQM.**

Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, es una fundación sin fines de lucro, fue creada en 1988 por empresas como Bosch, Fiat, Nestlé, Renault, Phillips, Volkswagen, etc. Es un instrumento práctico que ayuda a las organizaciones a establecer un sistema de gestión apropiado que definen la calidad y la excelencia, como camino para la autoevaluación y el establecimiento de los procesos de mejora continua en entornos tanto públicos como privados. Consta de 2 partes: un conjunto de criterios de excelencia que abarca a todas las áreas de la organización; un conjunto de reglas para evaluar el comportamiento de la organización en cada área<sup>30</sup>. Es una herramienta de diagnóstico para determinar la situación actual de la entidad, hallando puntos negativos e implantando acciones que le ayuden a mejorar. Se compone de los siguientes criterios: liderazgo, política y estrategia, personas, alianzas y recursos, procesos, resultados en los clientes, resultados en las personas, resultados en la sociedad, resultados clave.

---

<sup>30</sup> Summers, D. (2006) Administración de la Calidad. Editorial Pearson. México, pp. 37 – 40.

Figura N° 07. Modelo EFQM.



Fuente: Organización EFQM (Fundación Europea para la Gestión de la Calidad)

### 1.2.13. Nivel de Satisfacción del Usuario.

Satisfacción es la evaluación que realiza el usuario respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción. La calidad que contribuye a la satisfacción del usuario, el cual considera a la organización como un sistema de partes interrelacionadas, donde cada grupo recibe la influencia de la otra y viceversa; lo que se busca es la mejora continua en los servicios de los clientes de la organización para aumentar su satisfacción en el servicio recibido y esto traiga como consecuencia una mejor atención. Además de aumentar la satisfacción en el trabajo, disminuye en el usuario el desinterés en seguir un proceso. Básicamente el modelo pone de manifiesto la relación existente entre los componentes del servicio de calidad interno (herramientas, políticas, procedimientos, equipos de trabajo, soporte de la dirección y metas de la organización), la capacidad de servicio (la percepción del empleado de servir a otros empleados de los cuales ellos son proveedores) y los componentes del servicio al cliente interno (recursos suficientes, rápida respuesta a los requerimientos, proporcionar servicios y productos confiables, ser capaces de recuperarse de los problemas, que exista una comunicación clara y suficiente entre los empleados del departamento y ser responsable de los servicios y del trabajo que desempeñan). La satisfacción presenta una gran oportunidad de

conocer las fortalezas y debilidades del servicio y saber con precisión qué tipo de atención se le está brindando al usuario. La agrupación de todos los ámbitos de la calidad del servicio conlleva a obtener una gran información y pone en alerta a la alta dirección, siendo útil para establecer objetivos internos, compara el nivel obtenido con otros distritos fiscales y para ver la evolución de la propia entidad. A mayor número de aspectos considerados, más completa será la realidad descrita y los valores obtenidos desde el punto de vista del usuario nos van a permitir comprenderlo y situarnos en los pies de él. Zeithaml (1988) imparte la diferencia entre la calidad objetiva y subjetiva, la primera se orienta a las características objetivas de un objeto o circunstancia, mientras que la segunda engloba el conjunto de respuestas subjetivas de las personas ante los objetos. La calidad objetiva recoge el término de calidad de servicio como el grado de conformidad en relación a las especificaciones definidas por los prestatarios, esta visión se basa en hacer seguimiento a cada una de las etapas compenetradas para brindar el servicio, equiparando este proceso a la fabricación de un producto y sopesando el servicio como un objeto físico cuyas propiedades son observables y cuyas características pueden ser objeto de medición. La calidad subjetiva entra a tallar cuando la materia de calidad del servicio se desplaza hacia el público. La calidad del servicio es definida como un juicio global o actitud, relacionada al nivel de excelencia o superioridad del servicio; por lo tanto quien define la calidad es el juicio que realiza el usuario acerca de cómo el servicio satisface sus necesidades y expectativas, susceptible de variar en tiempo y espacio. Haciendo un marco conceptual de la calidad, se define por los siguientes términos (Zeithaml, 1988): es un concepto diferente a la calidad real objetiva; implica un grado de abstracción superior al de una cualidad específica de un producto; es un examen global, que es parecido a una actitud; es un discernimiento realizado varias veces en un conjunto evocado<sup>31</sup>. Gronroos (1984) indica que la calidad, es una percepción de los usuarios que se obtiene de una comparación entre lo que consideran que debe ser el servicio (expectativas) y sus percepciones del rendimiento que ofrece la organización. Calidad del servicio no es otra cosa que es el examen

---

<sup>31</sup> Zeithaml, V. Berry, L. Parasuraman, A. (1988) "Comunicación y Control de Procesos en la entrega del Servicio de Calidad" *Journal of Marketing*, vol. 52, pp. 83 – 86.

a través del cual el usuario compara la experiencia que ha tenido con el servicio, con las expectativas que tenía antes de iniciar el contacto con el Ministerio Público.

Figura N° 08. Percepción - Expectativas



Fuente: SERVQUAL: GAP Percepción – Expectativas.

### 1.3. Marco Conceptual.

**1.3.1. Atribuciones.** Deriva del vocablo latín *attributio*. Es la facultad o poder que una organización posee en razón de sus funciones. Son los actos, competencias, cualidades o propiedades que ejerce el Ministerio Público en razón que la ley le confiere.

**1.3.2. Bien Común.** Conjunto de condiciones de la vida social que permiten, ya sea a la colectividad como así también a sus miembros, alcanzar la propia perfección más plena y rápidamente. Es el crecimiento de los grupos sociales bajo un régimen jurídico que encaminen a la justicia.

**1.3.3. Disposición Fiscal.** Documento emitido por el Fiscal, en mérito a la ley orgánica del Ministerio Público, relacionada con la investigación que se ha aperturado en el despacho, que contiene todos los actos a realizar para esclarecer los acontecimientos donde se ha visto vulnerada la ley.

**1.3.4. Derecho Público.** Es la parte del ordenamiento jurídico que regula las relaciones entre las personas y entidades privadas con los órganos que ostentan el poder público cuando estos últimos actúan en ejercicio de sus legítimas potestades públicas (jurisdiccionales, administrativas, según la naturaleza del órgano que las ejerce) y de acuerdo con el procedimiento legalmente establecido, y de los órganos de la administración pública entre sí.

**1.3.5. Estándares de Calidad.** Modelo, normas que fijan las instituciones reconocidas que preveen para uso común y repetido, directrices para los procesos orientados a la consecución del nivel óptimo de calidad. Grados mínimos y máximos de calidad admisibles que deben de tener el resultado de un sistema, actividad, producto o servicio. Parámetros de evaluación de una organización para medir la excelencia por el servicio ofrecido.

**1.3.6. Estrategia.** Conjunto de técnicas planeadas que se implementan en un contexto determinado para lograr un objetivo. Aplicación de conocimientos en acciones concretas afianzadas en un tiempo establecido y fundadas en directrices para obtener un resultado específico.

**1.3.7. Gestión.** Conjunto de acciones para resolver un tema o finalizar un proyecto. Manejo efectivo de los recursos de una organización para maximizar su rendimiento, con personal especializado que toma decisiones, en función de una planificación correcta para responder a las necesidades de la población.

**1.3.8. Impacto Social.** Alcance de los efectos previstos y de las consecuencias deseadas mediante un estudio previo que la intervención de una organización tiene sobre una población. Son resultados de un proceso que implican un mejoramiento significativo en la calidad de vida de la ciudadanía, sustentables en el tiempo, considerando la magnitud amplia del cambio en el problema de la población mediante la entrega de un producto o servicio.

**1.3.9. Imputado.** Sujeto procesal al cual se le indica como el autor o participante en un delito tipificado en nuestra legislación. No es culpable, pero es sospechoso de la comisión de un delito, cuya investigación le dará el derecho a la defensa y arrojará si es responsable o no.

**1.3.10. Inherente.** Del latín *inhaerens*, que significa permanecer unido. Es un enlace esencial que no se puede separar de aquello a lo que está unido. Los derechos humanos son inherentes a la persona, es decir que ninguna autoridad por mandato los puede revocar.

**1.3.11. Interactuar.** Realizar una acción o enlace recíproco donde intervienen dos o más personas. Es la relación causa y efecto que existe entre dos o más unidades, agentes, entes a modo de influir en el comportamiento de ambos. La conducta de una persona es el estímulo para la respuesta de otra.

**1.3.12. Interfaz.** Zona de comunicación o acción de un sistema sobre otro. Conjunto de elementos que permiten al usuario realizar acciones activando el mecanismo administrativo del Ministerio Público. Es un programa que permite el flujo de información entre un usuario y la red de la organización.

**1.3.13. Litigante.** Se aplica a la persona o a la institución que se enfrenta a otra ya sea como actor o demandante, en lo civil; como querellante o acusador en lo penal; ya como demandado o reo; en un juicio. Usuario que acude al Ministerio Público con la finalidad de darle solución a un conflicto.

**1.3.14. Mensurable.** Del latín *mensurabilis*, es la susceptibilidad de todo objeto, sistema, ser que puede ser medido, calculado o determinado, disponiendo de una escala o unidad de referencia para tomar los datos necesarios y obtener la información cualitativa o cuantitativa.

**1.3.15. Relaciones Interpersonales.** Conexión donde interviene el proceso comunicativo para que las personas obtengan información del entorno social y compartir experiencias con otros individuos, para alcanzar objetivos en nuestro

desarrollo individual y grupal.

**1.3.16. Tesoro Público.** Sistema de elementos del Estado caracterizados por los ingresos y egresos de recursos económicos, financieros que se utilizan para hacer frente a actividades, hechos o medidas que muchas veces financian los proyectos sociales. Es el capital que dispone un país para hacer frente a diversas actividades, que se generan mediante el pago de impuesto.

**1.3.17. Transparencia en la Información.** Es la obligación de los sujetos comprometidos de hacer del conocimiento público la información derivada de su actuación, en ejercicio de sus atribuciones. Tiene por objeto generar un ambiente de confianza, seguridad y franqueza entre el gobierno y la sociedad, de tal forma que los ciudadanos estén informados y conozcan las responsabilidades, procedimientos, reglas, normas y demás información generada por el sector público, en un marco de abierta participación social y escrutinio públicos.

**1.3.18. Tribunal.** Órgano del Estado, establecidos por mandato legal que se encuentran conformados por uno o más magistrados, sea en el ámbito penal, civil, laboral, administrativo, etc. Que administran justicia, responden asuntos bajo su jurisdicción, que resuelven litigios y dictan sentencia.

**1.3.19. Tutelar.** Del latín *tutela*, amparo, marco de protección de una persona, que el derecho establece. Es la autoridad conferida por un órgano jurisdiccional para cuidar de una persona que no tiene completa capacidad civil. La tutela jurídica también va dirigida a lugares considerados patrimonio, animales en vía de extinción, bosques nativos, etc.

## **1.4. Marco Legal.**

**1.4.1.** Constitución Política del Perú. Artículo N° 39 “Funcionarios y trabajadores públicos”, Capítulo IV “De la Función Pública”, Título I. Se hace referencia a que los funcionarios y servidores están al servicio de la Nación, servir a la comunidad debiendo considerar sus necesidades, respetando el procedimiento legal correspondiente, servir supone la retribución por aquello que da satisfacción a quien espera una determinada acción.

**1.4.2.** Decreto Legislativo N° 276 Ley de Bases de la Carrera Administrativa. Se pone de manifiesto el conjunto de principios, normas y procesos, que regulan el ingreso, los derechos y los deberes que corresponden a los servidores públicos que con carácter estable prestan servicio de naturaleza permanente en la administración pública. Tiene por objeto permitir la incorporación de personal idóneo, garantizar su permanencia, asegurar su desarrollo y promover su realización personal en el desempeño del servicio público.

**1.4.3.** Decreto Legislativo N° 728 Ley de Productividad y Competitividad Laboral. Constituye el conjunto de instrumentos normativos orientados a promover el empleo productivo, estimulando y promoviendo la innovación tecnológica como la condición necesaria para el desarrollo económico, la introducción de tecnología eleva los niveles de productividad del trabajo, constituyendo un derecho y un deber social para los ciudadanos de la nación.

**1.4.4.** Ley N° 30057 Ley del Servicio Civil. Se establece un régimen único y exclusivo para las personas que prestan servicio en las entidades públicas para que se alcancen mayores niveles de eficacia y eficiencia y presten servicios de calidad a través de un mejor servicio civil, así como promover el desarrollo de las personas que lo integran.

## CAPÍTULO II

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 2.1. Situación Problemática.

La calidad del servicio para el Ministerio Público es un trabajo latente en la gestión administrativa del distrito fiscal de Ica, porque involucra al eje más importante en la democracia de una Nación: brindar justicia. La satisfacción en la atención debe ser promovida por la alta dirección como una aspiración a fortalecer la imagen institucional, protegiendo la obligación del Estado de servir a la ciudadanía con imparcialidad y respeto. Así tenemos que la administración del distrito fiscal de Ica, no promueve un programa de calidad de servicio para satisfacer las necesidades del usuario y donde se recaban un promedio de 130 denuncias al día, constituidos por una población joven. Como medida reciente en el presente año con Resolución 282-2017-MPFN se aprueba el “Plan para mejorar la calidad de atención a la ciudadanía”, cuyo objetivo es estandarizar los protocolos y procedimientos de atención de los ingresos y consultas de documentos en las mesas de partes únicas, donde se considera la fase más crítica en la atención al usuario, para instrumentar de forma exitosa el trato humano digno y herramientas modernas, pero la centralización impide que se inyecte el cuidado necesario para obtener buenas prácticas profesionales. La Sociedad constituye el elemento vital por el cual se debe el Ministerio Público, por ello que la calidad de servicio es una responsabilidad que la Institución debe revitalizar. Durante el año 2015 se presentaron 41 quejas en el libro de reclamaciones y en el año 2014 se refirieron 47 quejas, de lo cual se desprende que hay deficiencias en la atención al usuario. Se conjetura que las causas son: El empleado no es accesible y es descortés, el trabajo en equipo es con desgano, no hay espíritu de servicio, existe descoordinación entre áreas. Hay desinterés en un proceso, ausencia en el puesto de trabajo, vocabulario técnico que no entiende el común de la gente. Las relaciones interpersonales no son del todo satisfactorias, no acuden a las diligencias e impuntualidad en las citaciones. Se conjetura que las situaciones futuras serán: desinterés del usuario en continuar con el proceso, no van a aportar los testimonios ni pruebas necesarias para una demanda y pérdida de credibilidad institucional para el Ministerio Público, originando falta de respeto a la autoridad. El informe de la comisión sobre la situación de los Derechos Humanos en el Perú, en junio de 2000<sup>32</sup>, señaló que la “reforma judicial” realizada por gobierno de Fujimori había “erosionado gravemente la justicia” y se había “violado seriamente los principios sobre los cuales

---

<sup>32</sup> CIDH, *Segundo Informe sobre la Situación de los Derechos Humanos en el Perú*, del 2 de junio del 2000 (OEA/Ser.L/VII.106 // Doc. 59 rev.).

debe funcionar los sistemas que imparten justicia”. La situación política ha cambiado, presentándose muchos avances mencionando el conjunto de leyes expedidas durante los ulteriores gobiernos democráticos, como son: se suprimieron las comisiones del ejecutivo que permitían intervenir el Poder Judicial y el Ministerio Público. Se devolvieron las potestades legales a los órganos de gobierno judicial y fiscal. Se eliminó la equiparación entre magistrados titulares y provisionales. El Perú cuenta ahora con una agenda consensuada de reforma fiscal, que, sin embargo, ha sido cumplida sólo parcialmente. No obstante los avances mencionados, los problemas y cuestiones esenciales que aquejan gravemente al sistema de justicia peruano aún no han sido resueltos. Es más, actualmente nos encontramos ante una virtual paralización de la reforma judicial, que es especialmente preocupante si se tiene en cuenta que la campaña electoral para las elecciones presidenciales y parlamentarias del 2016 abre un panorama de incertidumbre y de eventual detención definitiva del proceso de cambio institucional. Los medios de comunicación (radiales, televisivos, escritos e internet) expresan a diario las inconformidades de las personas, las protestas frente a los locales nos hacen tomar la medida de los que trabajamos en la organización de poner en práctica mecanismos interactuando funcionarios – servidores – usuarios, de llevar un estilo gerencial potenciando el servicio como misión fundamental del Gobierno, para asegurar esta medida, el presente trabajo va a servir y a poner en alerta a los directivos de impulsar sus capacidades de gestión, poniendo al frente sus capacidades profesionales, experiencia y atributos morales por las que son reconocidos como líderes que toman la batuta de la dirección de la Fiscalía de la Nación. Frente a dichas circunstancias es que el presente estudio consideró la importancia de evaluar como se caracteriza la calidad del servicio en el índice de satisfacción del usuario en el Ministerio Público – distrito fiscal de Ica, es decir se toma la opinión de las personas respecto a las expectativas de la atención frente al servicio realmente recibido.

## 2.2. Formulación del Problema.

### a) Problema General.

¿En qué medida la calidad del servicio del personal administrativo del Ministerio Público influye en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015?

### b) Problemas Específicos.

**Problema Específico 1.** ¿En qué medida los elementos tangibles del Ministerio Público influyen en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015?

**Problema Específico 2.** ¿En qué medida la fiabilidad de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público influye en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015?

**Problema Específico 3.** ¿En qué medida la capacidad de respuesta de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público influye en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015?

**Problema Específico 4.** ¿En qué medida la seguridad de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público influye en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015?

**Problema Específico 5.** ¿En qué medida la empatía de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público influye en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015?

### **2.3. Justificación e Importancia de la Investigación.**

El presente estudio determina la influencia de la calidad del servicio brindada por los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público en el índice de satisfacción del usuario que acuden a la sede del Distrito Fiscal de Ica. El índice de satisfacción del usuario constituye un nivel numérico para la evaluación del servicio que ofrecen los integrantes del Ministerio Público, quien es uno de los actores fundamentales que aporta las pruebas fundamentales en un proceso judicial. En primer lugar, los resultados que se obtendrán son de valor incuestionable, donde la opinión pública relaciona el servicio a la equidad, imparcialidad y respeto de las leyes, que el Ministerio Público promueve y se ve reflejado en el trato, procedimientos administrativos y las condiciones laborales. Segundo, se contribuye a detectar deficiencias en el servicio, para iniciar un fortalecimiento del mismo, haciendo que la labor del trabajador sea más eficiente y la participación del usuario sea más colaboradora y honesta. La satisfacción del usuario ofrece uno de los resultados importantes de prestar servicios de óptima calidad, que influye en la continuidad de aportar pruebas e información necesaria para un litigio. El usuario al recibir una atención deficiente, tiende muchas veces a formar una opinión negativa en contra de la Institución, por lo que demuestra una actitud de poca cooperación en un litigio y que se traduce en inasistencia a las citaciones, ocultamiento de pruebas, distintas declaraciones y desinterés en el proceso. Con los resultados obtenidos del estudio, los directivos van a analizar las deficiencias internas de la Institución, las cuales se presentan como divergencias entre diversos aspectos como son: entre las expectativas de los usuarios y las percepciones que los directivos tienen de lo que suponen de los litigantes, la diferencia entre las percepciones que tienen los directivos y las especificaciones que se tienen sobre cómo es un servicio de calidad, las diferencias entre lo que se ha especificado de cómo establecer el servicio y cómo en realidad se ofrece y finalmente la diferencia entre la prestación del servicio y el compromiso con las demás Instituciones afines al Sistema Jurídico. Frente a opiniones de incomodidad por la atención que vienen desempeñando algunos miembros del Ministerio Público, se presentan dos opciones: una, se niegan, se recusan, y se contradicen con artículos y pronunciamientos institucionales; y dos, se recogen y aun cuando parezcan injustas e irrespetuosas se consideran para una reflexión y examen institucional donde se lleven a establecer medidas que permitan

recuperar la confianza ciudadana. A los funcionarios del Ministerio Público, cuya Ley Orgánica establece entre sus funciones, la de velar por la moral pública, así como la prevención del delito, se debe tener en cuenta la opción dos. La ciudadanía quiere confiar en sus instituciones, desea y tiene el derecho de sentirse protegida, y corresponde a los trabajadores del Ministerio Público atender esa expectativa. El presente estudio brinda una información relevante, con el fin de mejorar la calidad del servicio para aumentar la confianza que depositan los usuarios al Ministerio Público, los resultados pueden aplicarse a otras instituciones estatales como es el caso del Poder Judicial y Policía Nacional del Perú, quienes son actores que laboran en forma simultánea en consecución de hacer justicia en el país. Se conocerá como proceder a crear la mejora continua, que permitirá aumentar la competitividad profesional, garantizando un crecimiento en calidad de servicio. La presente investigación podrá ser tomada como referencia para futuros estudios y con los resultados los servidores adoptarán una filosofía de trabajo en equipo, para encauzar su metodología de trabajo, experiencia laboral, conocimiento profesional en pro de la atención al usuario. La satisfacción del usuario es la comparación entre las expectativas previas del usuario puesta en el servicio en relación al valor percibido<sup>33</sup>, es decir se toma la manifestación del público antes de la atención y después del servicio. Al concluir la investigación fiscal; un individuo satisfecho crea un vínculo con el Estado y se convierte en una persona leal que colabora activamente en el caso fiscal; un usuario satisfecho se encarga de comunicar al resto de personas la atención positiva, forjando una imagen institucional transparente, eficaz y cabal, además de la plena confianza al ponerse en manos de las autoridades fiscales. Un paso importante para conocer el índice de satisfacción del usuario es la aplicación del cuestionario, permitiendo que las personas expresen que es lo que les agrada y/o disgusta del servicio; averiguar qué es lo que realmente los usuarios quieren, permitiendo detectar errores aminorando las prácticas que no sean eficientes.

---

<sup>33</sup> Kotler, Philip. (2010) *Dirección de Mercadotecnia*. Editorial Prentice Hall, pp. 41 – 46.

## 2.4. Objetivos de la Investigación.

### a) **Objetivo General.**

Determinar la influencia de la calidad de servicio del personal administrativo del Ministerio Público en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, 2015.

### b) **Objetivos Específicos.**

**Objetivo Específico 1.** Establecer la influencia de los elementos tangibles del Ministerio Público en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

**Objetivo Específico 2.** Establecer la influencia de la fiabilidad de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

**Objetivo Específico 3.** Establecer la influencia de la capacidad de respuesta de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

**Objetivo Específico 4.** Establecer la influencia de la seguridad de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal Ministerio Público en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

**Objetivo Específico 5.** Establecer la influencia de la empatía de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público en el nivel de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

## 2.5. Hipótesis de la Investigación.

### a) Hipótesis General.

La calidad de servicio del personal administrativo del Ministerio Público influye en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

### b) Hipótesis Específicas.

**Hipótesis Específica 1.** Los elementos tangibles del Ministerio Público influyen en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

**Hipótesis Específica 2.** La fiabilidad de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público influye en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

**Hipótesis Específica 3.** La capacidad de respuesta de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal influyen en el índice de satisfacción del usuario del Ministerio Público, distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

**Hipótesis Específica 4.** La Seguridad de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público influyen en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

**Hipótesis Específica 5.** La empatía de los asistentes administrativos y asistentes en función fiscal del Ministerio Público influyen en el índice de satisfacción del usuario del distrito fiscal de Ica, durante el periodo 2015.

## 2.6. Variables de la Investigación.

### a) Identificación de las Variables.

#### Variable Independiente.

Calidad de servicio del personal administrativo del Ministerio Público.

#### Variable Dependiente.

Índice de satisfacción del usuario del Ministerio Público del distrito fiscal de Ica.

### b) Operacionalización de las Variables.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	UNIDAD DE MEDIDA
CALIDAD DE SERVICIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	Calidad y Servicio	Elementos tangibles	Modelo SERVQUAL	Cuestionario
		Fiabilidad		
		Capacidad de respuesta		
		Seguridad		
		Empatía		
ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL DISTRITO FISCAL DE ICA	Satisfacción	Expectativa	Modelo SERVQUAL	Cuestionario
		Percepción		
		Índice Expectativa - Percepción		

## CAPÍTULO III

# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1. Tipo, Nivel y Diseño de Investigación.

La presente investigación es del tipo cuantitativo. Nivel de Investigación es correlacional. Diseño de la investigación, es de un diseño no experimental, longitudinal y prospectivo. El método es analítico.

### 3.2. Población y Muestra.

**3.2.1. Población.** En el año 2013 se registraron 30185 agraviados, en el año 2014 se registraron 30971 agraviados. La población son las personas naturales agraviadas que acuden a los despachos provinciales civiles y penales del Ministerio Público del distrito fiscal de Ica.

#### 3.2.2. Muestra.

##### 3.2.2.1. Criterios de Inclusión.

Personas mayores de edad.

##### 3.2.2.2. Criterios de Exclusión.

Personas jurídicas, inculpados, abogados defensores, servidores de otras entidades (por carecer de objetividad)

El tamaño muestral fue fijado con un margen de error de 5% y un nivel de confianza de 95%, utilizando la fórmula de Cochran:

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

$$N = 30971$$

$$Z = 1.96 \text{ (Confianza 95\%)}$$

$$P = 50$$

$$q = 50$$

$$d = 5\%$$

$$n = 379$$

## CAPÍTULO IV

# TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

## **4.1. Técnicas de Recolección de la Información.**

### **4.1.1. Fuente Primaria.**

El instrumento de recolección de la información para el presente estudio de investigación es: el cuestionario dirigido a los agraviados de los despachos: provincial penal y civil, superior civil y penal del distrito fiscal de Ica; consta de 25 preguntas cerradas. Se entregó al inicio de su caso para que evalúen las expectativas (lo que esperan del servicio) y se les entregó otro en la fecha en que terminó su proceso fiscal, para que valoren el servicio recibido. Se realizó previamente un juicio de expertos para aprobar el cuestionario y luego se ejecutó la prueba piloto, siendo ambos de resultados válidos y confiables.

### **4.1.2. Fuente Secundaria.**

Biblioteca Nacional, Biblioteca de la Municipalidad Provincial de Ica, Biblioteca de la Escuela del Ministerio Público, Biblioteca de la Facultad de Administración y de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, Internet. Archivos de los diarios Correo, La Voz de Ica, La Opinión. Biblioteca y archivo documentario personal.

### **4.1.3. Otras técnicas.**

Observación directa, observación estructurada, observación de campo, diccionario de datos, diagrama de flujo.

## **4.2. Instrumentos de Recolección de la Información.**

**4.2.1.** Libro de Reclamaciones. Se analizaron las quejas relacionadas al servicio del personal administrativo.

**4.2.2.** El instrumento que se utilizó para medir la calidad de servicio, fue el llamado SERVQUAL, diseñado por los expertos investigadores de mercadeo: Berry, Parasuram y Zeithmal, la cual consta de 25 ítems basado en que la calidad de servicio se deriva de la diferencia que existe entre las expectativas del cliente sobre el servicio y la percepción real que ellos tienen del mismo. A través de

estudios diversas fuentes y criterios de partida se llegaron a fijar unos indicadores de dimensionamiento de la calidad y se relacionan a continuación: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta o Sensibilidad, Seguridad y Empatía.

**4.2.3.** Guía de entrevista, Carpetas fiscales, Notas de campo, Análisis de documentos, Técnicas proyectivas.

## **4.2. Técnicas de Procesamiento, Análisis e Interpretación de Resultados.**

**4.3.1.** Almacenamiento de datos. Los resultados fueron registrados en el software Microsoft Office Excel para su análisis, que cuenta con una variedad de procedimientos que nos permiten analizar los efectos de la interacción en el comportamiento de las variables, a través de procesos de relación o mediante comparaciones de grupos. Dentro de los procedimientos más útiles y empleados para realizar este tipo de actividades, encontramos las tablas de contingencia, las variables de respuesta múltiple. Se emplea el Programa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) *Paquete Estadístico para Ciencias Sociales*, eeste análisis se dio bajo dos tipos de perspectivas:

- Estadística descriptiva: La cual se utilizó para describir datos y posteriormente para realizar análisis estadísticos relacionando así las variables.
- Estadística inferencial: Se generalizan los resultados obtenidos de la muestra a la población mediante el Chi Cuadrado de Pearson.

**4.3.2.** Tabulación de datos. Se realizará el conteo de los códigos para presentarlos en cuadros estadísticos.

**4.3.3.** Gráficos Estadísticos. En función de los datos obtenidos en cada cuadro estadístico éstos se presentaran en gráficos circulares y diagramas de barras.

## CAPÍTULO V

# CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

## **5.1. Hipótesis.**

### **Hipótesis Nula.**

$H_0$  = La Calidad del Servicio del Personal Administrativo del Ministerio Público no influye en el Índice de Satisfacción del Usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

### **Hipótesis Alternativa.**

$H_1$  = La Calidad del Servicio del Personal Administrativo del Ministerio Público influye en el Índice de Satisfacción del Usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

La hipótesis de trabajo fue procesada a través del método estadístico Chi Cuadrado, por ser una prueba que permite asociar las variables. A continuación se presentan cuadros estadísticos que demuestran el vínculo de las respuestas del cuestionario expectativas con el de percepción, obtenidos del programa SPSS.

## Asociación Expectativa – Percepción.

**Tabla cruzada 01 ¿Las instalaciones son cuidadas y aptas para el servicio?**

Recuento

		¿Las instalaciones son cuidadas y aptas para el servicio?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿Las instalaciones son cuidadas y aptas para el servicio?	A medias expectativas	0	0	10	10
	Altas expectativas	7	8	8	23
	Muy Altas expectativas	8	48	290	346
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>56</b>	<b>308</b>	<b>379</b>

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	58,225 <sup>a</sup>	4	,000	,000		
Razón de verosimilitud	36,084	4	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	34,698			,000		
Asociación lineal por lineal	10,103 <sup>b</sup>	1	,001	,004	,004	,002
N de casos válidos	379					

a. 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

b. El estadístico estandarizado es 3,179.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables Las instalaciones son cuidadas y aptas para el servicio en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que las instalaciones cuidadas y aptas influyen significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 02 ¿El equipo tecnológico es moderno?**

Recuento

		¿El equipo tecnológico es moderno?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El equipo tecnológico es moderno?	Altas expectativas	0	9	27	36
	Muy Altas expectativas	17	56	270	343
Total		17	65	297	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	3,271 <sup>a</sup>	2	,195	,195		
Razón de verosimilitud	4,721	2	,094	,126		
Prueba exacta de Fisher	2,813			,207		
Asociación lineal por lineal	,018 <sup>b</sup>	1	,894	1,000	,531	,131
N de casos válidos	379					

a. 1 casillas (16,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,61.

b. El estadístico estandarizado es -,133.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es mayor a 0,05, por lo que las variables el equipo tecnológico es moderno en los rubros de expectativa y satisfacción no están asociadas. Se establece que el equipo tecnológico no influye en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015, porque el equipo tecnológico es un apoyo en las labores, más no atiende al usuario.

**Tabla cruzada 03 ¿El Personal Administrativo se encuentra debidamente identificado?**

Recuento

		¿El Personal Administrativo se encuentra debidamente identificado?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El Personal Administrativo se encuentra debidamente identificado?	A medias expectativas	0	0	9	9
	Altas expectativas	0	0	72	72
	Muy Altas expectativas	82	125	91	298
<b>Total</b>		<b>82</b>	<b>125</b>	<b>172</b>	<b>379</b>

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	123,979 <sup>a</sup>	4	,000	,000		
Razón de verosimilitud	155,423	4	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	142,069			,000		
Asociación lineal por lineal	88,343 <sup>b</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,95.

b. El estadístico estandarizado es -9,399.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El Personal Administrativo se encuentran debidamente identificados en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la identificación debida del Personal Administrativo influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 04 ¿El despacho fiscal se encuentra debidamente organizado?**

Recuento

		¿El despacho fiscal se encuentra debidamente organizado?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El despacho fiscal se encuentra debidamente organizado?	A medias expectativas	0	0	6	0	6
	Altas expectativas	0	27	38	7	72
	Muy Altas expectativas	13	11	222	55	301
Total		13	38	266	62	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	78,370 <sup>a</sup>	6	,000	,000		
Razón de verosimilitud	64,514	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	58,659			,000		
Asociación lineal por lineal	12,292 <sup>b</sup>	1	,000	,001	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 5 casillas (41,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,21.

b. El estadístico estandarizado es 3,506.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El despacho fiscal se encuentra debidamente organizado en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la organización debida en el despacho fiscal influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 05 ¿El personal administrativo se encuentra debidamente uniformado?**

Recuento

		¿El personal administrativo se encuentra debidamente uniformado?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El personal administrativo se encuentra debidamente uniformado?	A medias expectativas	21	0	0	21
	Altas expectativas	0	0	44	44
	Muy Altas expectativas	51	130	133	314
Total		72	130	177	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	146,896 <sup>a</sup>	4	,000	,000		
Razón de verosimilitud	143,716	4	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	129,626			,000		
Asociación lineal por lineal	7,548 <sup>b</sup>	1	,006	,007	,004	,001
N de casos válidos	379					

a. 1 casillas (11,1%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,99.

b. El estadístico estandarizado es 2,747.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables el Personal Administrativo se encuentran debidamente uniformado en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que el Personal Administrativo que usa el uniforme indicado influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

### Tabla cruzada 06 ¿Los servicios de la página web ayudan a solucionar los problemas?

Recuento

		¿Los servicios de la página web ayudan a solucionar los problemas?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿Los servicios de la página web ayudan a solucionar los problemas?	A medias expectativas	0	12	0	0	12
	Altas expectativas	0	0	38	0	38
	Muy Altas expectativas	26	75	125	103	329
<b>Total</b>		26	87	163	103	379

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	95,145 <sup>a</sup>	6	,000	,000		
Razón de verosimilitud	103,918	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	87,271			,000		
Asociación lineal por lineal	5,625 <sup>b</sup>	1	,018	,018	,012	,003
N de casos válidos	379					

a. 4 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,82.

b. El estadístico estandarizado es 2,372.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables los servicios de la página web ayudan a solucionar los problemas en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que al solucionar los problemas mediante la ayuda de los servicios de la página web influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 07. Cuando un usuario tiene dudas ¿El personal administrativo muestra un sincero interés en solucionarlo?**

Recuento

		Cuando un usuario tiene dudas ¿El personal administrativo muestra un sincero interés en solucionarlo?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
Cuando un usuario tiene dudas ¿El personal administrativo muestra un sincero interés en solucionarlo?	A medias expectativas	0	2	10	0	12
	Altas expectativas	0	3	55	0	58
	Muy Altas expectativas	47	102	74	86	309
<b>Total</b>		<b>47</b>	<b>107</b>	<b>139</b>	<b>86</b>	<b>379</b>

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	118,370 <sup>a</sup>	6	,000	,000		
Razón de verosimilitud	131,748	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	118,274			,000		
Asociación lineal por lineal	3,957 <sup>b</sup>	1	,047	,051	,026	,006
N de casos válidos	379					

a. 4 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,49.

b. El estadístico estandarizado es -1,989.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables Cuando un usuario tiene dudas ¿El personal administrativo muestra un sincero interés en solucionarlo? en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que dicho punto influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

### Tabla cruzada 08 ¿Existen errores en las disposiciones fiscales?

Recuento

		¿No existen errores en las disposiciones fiscales?					Total
		Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿No existen errores en las disposiciones fiscales?	A medias expectativas	0	0	3	0	0	3
	Altas expectativas	5	1	20	0	0	26
	Muy Altas expectativas	22	30	23	162	113	350
Total		27	31	46	162	113	379

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	147,528 <sup>a</sup>	8	,000	,000		
Razón de verosimilitud	107,795	8	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	98,986			,000		
Asociación lineal por lineal	28,060 <sup>b</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 8 casillas (53,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,21.

b. El estadístico estandarizado es 5,297.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables Existen errores en las disposiciones fiscales en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la existencia de errores en las disposiciones fiscales influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

### Tabla cruzada 09 ¿La Entidad cumple con los procedimientos administrativos a tiempo?

Recuento

		¿La Entidad cumple con los procedimientos administrativos a tiempo?					Total
		Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿La Entidad cumple con los procedimientos administrativos a tiempo?	A medias expectativas	0	6	0	0	0	6
	Altas expectativas	8	11	37	7	21	84
	Muy Altas expectativas	18	32	11	127	101	289
Total		26	49	48	134	122	379

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	150,856 <sup>a</sup>	8	,000	. <sup>b</sup>		
Razón de verosimilitud	123,461	8	,000	. <sup>b</sup>		
Prueba exacta de Fisher	. <sup>b</sup>			. <sup>b</sup>		
Asociación lineal por lineal	28,557 <sup>c</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,41.

b. No se puede calcular porque no hay memoria suficiente.

c. El estadístico estandarizado es 5,344.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables la Entidad cumplen con los procedimientos administrativos a tiempo en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que el cumplir con los procedimientos administrativos a tiempo influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 10 ¿Existen errores en las notificaciones?**

Recuento

		¿No existen errores en las notificaciones?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfech o	Totalmente satisfecho	
¿No existen errores en las notificaciones?	A medias expectativas	2	13	0	0	15
	Altas expectativas	3	25	219	59	306
	Muy Altas expectativas	5	15	6	32	58
Total		10	53	225	91	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	157,438 <sup>a</sup>	6	,000	,000		
Razón de verosimilitud	139,645	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	135,471			,000		
Asociación lineal por lineal	14,608 <sup>b</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 4 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

b. El estadístico estandarizado es 3,822.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables Existen errores en las notificaciones fiscales en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la existencia de errores en las notificaciones fiscales influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 11 ¿El tiempo de espera para las disposiciones es satisfactorio?**

Recuento

		¿El tiempo de espera para las disposiciones es satisfactorio?					Total
		Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El tiempo de espera para las disposiciones es satisfactorio?	A medias expectativas	3	11	0	12	17	43
	Altas expectativas	6	12	0	31	10	59
	Muy Altas expectativas	39	24	85	57	72	277
Total		48	47	85	100	99	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	69,008 <sup>a</sup>	8	,000	. <sup>b</sup>		
Razón de verosimilitud	86,380	8	,000	. <sup>b</sup>		
Prueba exacta de Fisher	. <sup>b</sup>			. <sup>b</sup>		
Asociación lineal por lineal	2,118 <sup>c</sup>	1	,146	,149	,076	,008
N de casos válidos	379					

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,33.

b. No se puede calcular porque no hay memoria suficiente.

c. El estadístico estandarizado es -1,455.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El tiempo de espera para las disposiciones es satisfactoria en las áreas de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que dicho punto influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 12 ¿La atención para resolver problemas es rápida?**

Recuento

		¿La atención para resolver problemas es rápida?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfech o	Totalmente satisfecho	
¿La atención para resolver problemas es rápida?	A medias expectativas	0	10	10	0	20
	Altas expectativas	32	0	45	0	77
	Muy Altas expectativas	22	59	150	51	282
Total		54	69	205	51	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	95,565 <sup>a</sup>	6	,000	,000		
Razón de verosimilitud	109,146	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	96,711			,000		
Asociación lineal por lineal	21,629 <sup>b</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 3 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,69.

b. El estadístico estandarizado es 4,651.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables La atención para resolver problemas es rápida en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la atención oportuna para resolver problemas influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 13 ¿Siempre hay personal administrativo en el despacho fiscal?**

Recuento

		¿Siempre hay personal administrativo en el despacho fiscal?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿Siempre hay personal administrativo en el despacho fiscal?	A medias expectativas	0	8	0	7	15
	Altas expectativas	0	53	29	10	92
	Muy Altas expectativas	21	126	64	61	272
Total		21	187	93	78	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	25,334 <sup>a</sup>	6	,000	,001		
Razón de verosimilitud	34,027	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	26,802			,000		
Asociación lineal por lineal	,151 <sup>b</sup>	1	,698	,707	,368	,040
N de casos válidos	379					

a. 3 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,83.

b. El estadístico estandarizado es -,389.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables Siempre hay personal administrativo en el despacho fiscal en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la permanencia de personal administrativo en el despacho fiscal influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 14 ¿El tiempo de espera para las notificaciones es satisfactorio?**

Recuento

		¿El tiempo de espera para las notificaciones es satisfactorio?					Total
		Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El tiempo de espera para las notificaciones es satisfactorio?	A medias expectativas	0	0	0	1	25	26
	Altas expectativas	2	5	40	39	0	86
	Muy Altas expectativas	87	61	75	44	0	267
<b>Total</b>		<b>89</b>	<b>66</b>	<b>115</b>	<b>84</b>	<b>25</b>	<b>379</b>

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	431,470 <sup>a</sup>	8	,000	,000		
Razón de verosimilitud	252,731	8	,000	. <sup>b</sup>		
Prueba exacta de Fisher	. <sup>b</sup>			. <sup>b</sup>		
Asociación lineal por lineal	139,473 <sup>c</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 2 casillas (13,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,72.

b. No se puede calcular porque no hay memoria suficiente.

c. El estadístico estandarizado es -11,810.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El tiempo de espera para las notificaciones es satisfactorio en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la espera para recabar una notificación influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 15 ¿Siempre hay personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas?**

Recuento

		¿Siempre hay personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿Siempre hay personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas?	A medias expectativas	6	5	0	0	11
	Altas expectativas	28	35	0	0	63
	Muy Altas expectativas	66	83	98	58	305
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>123</b>	<b>98</b>	<b>58</b>	<b>379</b>

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	65,060 <sup>a</sup>	6	,000	,000		
Razón de verosimilitud	91,277	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	79,541			,000		
Asociación lineal por lineal	46,700 <sup>b</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 4 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,68.

b. El estadístico estandarizado es 6,834.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables Siempre hay personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que contestar las llamadas telefónicas influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 16 ¿El comportamiento del Personal Administrativo transmite confianza?**

Recuento

		¿El comportamiento del Personal Administrativo transmite confianza?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El comportamiento del Personal Administrativo transmite confianza?	A medias expectativas	0	2	7	9
	Altas expectativas	0	10	42	52
	Muy Altas expectativas	29	44	245	318
Total		29	56	294	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	6,869 <sup>a</sup>	4	,143	,133		
Razón de verosimilitud	11,381	4	,023	,023		
Prueba exacta de Fisher	7,621			,080		
Asociación lineal por lineal	1,820 <sup>b</sup>	1	,177	,183	,101	,033
N de casos válidos	379					

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,69.

b. El estadístico estandarizado es -1,349.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es mayor a 0,05, por lo que las variables El comportamiento del Personal Administrativo transmite confianza en los rubros de expectativa y satisfacción no están asociadas. Se establece que dicho el comportamiento del personal administrativo influye negativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 17 ¿Usted se siente seguro en el trámite de su caso?**

Recuento

		¿Usted se siente seguro en el trámite de su caso?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿Usted se siente seguro en el trámite de su caso?	A medias expectativas	0	28	14	42
	Altas expectativas	2	36	13	51
	Muy Altas expectativas	6	246	34	286
Total		8	310	61	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	17,956 <sup>a</sup>	4	,001	,003		
Razón de verosimilitud	16,831	4	,002	,002		
Prueba exacta de Fisher	16,430			,001		
Asociación lineal por lineal	14,539 <sup>b</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,89.

b. El estadístico estandarizado es -3,813.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables Usted se siente seguro en el trámite de su caso en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que dicho la seguridad en un proceso fiscal influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 18 ¿El Personal es amable?**

Recuento

		¿El Personal es amable?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El Personal es amable?	A medias expectativas	0	2	6	0	8
	Altas expectativas	7	1	18	0	26
	Muy Altas expectativas	37	25	265	18	345
Total		44	28	289	18	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	12,181 <sup>a</sup>	6	,058	,071		
Razón de verosimilitud	12,086	6	,060	,058		
Prueba exacta de Fisher	8,980			,106		
Asociación lineal por lineal	2,387 <sup>b</sup>	1	,122	,127	,080	,022
N de casos válidos	379					

a. 6 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,38.

b. El estadístico estandarizado es 1,545.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El Personal es amable en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la amabilidad del personal administrativo influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 19 ¿El Personal Administrativo es competente?**

Recuento

		¿El Personal Administrativo es competente?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El Personal Administrativo es competente?	A medias expectativas	5	0	6	11
	Altas expectativas	2	16	30	48
	Muy Altas expectativas	7	63	250	320
Total		14	79	286	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	62,025 <sup>a</sup>	4	,000	,000		
Razón de verosimilitud	28,215	4	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	27,742			,000		
Asociación lineal por lineal	18,684 <sup>b</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,41.

b. El estadístico estandarizado es 4,322.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El Personal Administrativo es competente en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la Competencia del Personal Administrativo influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 20 ¿El Personal Administrativo actúa con discreción y respeta la intimidad del usuario?**

Recuento

		¿El Personal Administrativo actúa con discreción y respeta la intimidad del usuario?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El Personal Administrativo actúa con discreción y respeta la intimidad del usuario?	A medias expectativas	0	0	5	5
	Altas expectativas	0	11	78	89
	Muy Altas expectativas	5	50	230	285
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>61</b>	<b>313</b>	<b>379</b>

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	4,179 <sup>a</sup>	4	,382	,273		
Razón de verosimilitud	6,226	4	,183	,143		
Prueba exacta de Fisher	3,838			,412		
Asociación lineal por lineal	3,824 <sup>b</sup>	1	,051	,052	,028	,015
N de casos válidos	379					

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

b. El estadístico estandarizado es -1,956.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es mayor a 0,05, por lo que las variables El Personal Administrativo actúan con discreción y respeta la intimidad del usuario en las áreas de expectativa y satisfacción no están asociadas. Se establece que dicho punto influye negativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 21 ¿El Personal se dirige al usuario de forma correcta?**

Recuento

		¿El Personal se dirige al usuario de forma correcta?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El Personal se dirige al usuario de forma correcta?	A medias expectativas	3	0	5	8
	Altas expectativas	11	16	35	62
	Muy Altas expectativas	35	25	249	309
Total		49	41	289	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	25,472 <sup>a</sup>	4	,000	,000		
Razón de verosimilitud	21,853	4	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	21,642			,000		
Asociación lineal por lineal	11,931 <sup>b</sup>	1	,001	,001	,001	,000
N de casos válidos	379					

a. 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,87.

b. El estadístico estandarizado es 3,454.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El Personal se dirigen al usuario de forma correcta en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la expresión correcta del personal influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 22 ¿La entidad tiene horarios de trabajo convenientes?**

Recuento

		¿La entidad tiene horarios de trabajo convenientes?			Total
		Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿La entidad tiene horarios de trabajo convenientes?	A medias expectativas	0	21	6	27
	Altas expectativas	3	44	11	58
	Muy Altas expectativas	31	208	55	294
Total		34	273	72	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	4,636 <sup>a</sup>	4	,327	,326		
Razón de verosimilitud	7,172	4	,127	,152		
Prueba exacta de Fisher	4,413			,338		
Asociación lineal por lineal	2,141 <sup>b</sup>	1	,143	,156	,084	,023
N de casos válidos	379					

a. 1 casillas (11,1%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,42.

b. El estadístico estandarizado es -1,463.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es mayor a 0,05, por lo que las variables La entidad tiene horarios de trabajo convenientes en los rubros de expectativa y satisfacción no están asociadas. Se establece que el horario de trabajo influye negativamente en la satisfacción al usuario.

**Tabla cruzada 23 ¿La entidad tiene la suficiente cantidad de Personal para la atención personalizada?**

Recuento

		¿La entidad tiene la suficiente cantidad de Personal para la atención personalizada?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿La entidad tiene la suficiente cantidad de Personal para la atención personalizada?	A medias expectativas	0	7	24	0	31
	Altas expectativas	0	0	32	34	66
	Muy Altas expectativas	10	10	208	54	282
<b>Total</b>		<b>10</b>	<b>17</b>	<b>264</b>	<b>88</b>	<b>379</b>

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	66,750 <sup>a</sup>	6	,000	,000		
Razón de verosimilitud	62,900	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	54,259			,000		
Asociación lineal por lineal	,144 <sup>b</sup>	1	,705	,733	,382	,051
N de casos válidos	379					

a. 4 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,82.

b. El estadístico estandarizado es -,379.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables La entidad tiene la suficiente cantidad de Personal para la atención personalizada en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que la Institución posee la cantidad de personal e influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 24 ¿El Ministerio Público se preocupa por los mejores intereses de los usuarios?**

Recuento

		¿El Ministerio Público se preocupa por los mejores intereses de los usuarios?				Total
		Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El Ministerio Público se preocupa por los mejores intereses de los usuarios?	A medias expectativas	0	0	21	1	22
	Altas expectativas	0	0	44	5	49
	Muy Altas expectativas	19	50	229	10	308
<b>Total</b>		19	50	294	16	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	23,022 <sup>a</sup>	6	,001	,003		
Razón de verosimilitud	34,508	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	24,851			,000		
Asociación lineal por lineal	15,698 <sup>b</sup>	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	379					

a. 5 casillas (41,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,93.

b. El estadístico estandarizado es -3,962.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El Ministerio Público se preocupan por los mejores intereses de los usuarios en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que dicho punto influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

**Tabla cruzada 25 ¿El Ministerio Público atiende a tiempo los procedimientos administrativos de los usuarios?**

Recuento

		¿El Ministerio Público atiende a tiempo los procedimientos administrativos de los usuarios?				Total
		Algo insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
¿El Ministerio Público atiende a tiempo los procedimientos administrativos de los usuarios?	A medias expectativas	0	12	7	0	19
	Altas expectativas	0	0	36	32	68
	Muy Altas expectativas	5	38	182	67	292
<b>Total</b>		5	50	225	99	379

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	66,454 <sup>a</sup>	6	,000	,000		
Razón de verosimilitud	62,250	6	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	54,362			,000		
Asociación lineal por lineal	,039 <sup>b</sup>	1	,843	,843	,441	,051
N de casos válidos	379					

a. 5 casillas (41,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,25.

b. El estadístico estandarizado es ,199.

El Valor de significación asintótica en el Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0,05, por lo que las variables El Ministerio Público atienden a tiempo los procedimientos administrativos de los usuarios en los rubros de expectativa y satisfacción están asociadas. Se establece que los procedimientos que se atienden a tiempo influyen significativamente en el índice de satisfacción del usuario del Distrito Fiscal de Ica, 2015.

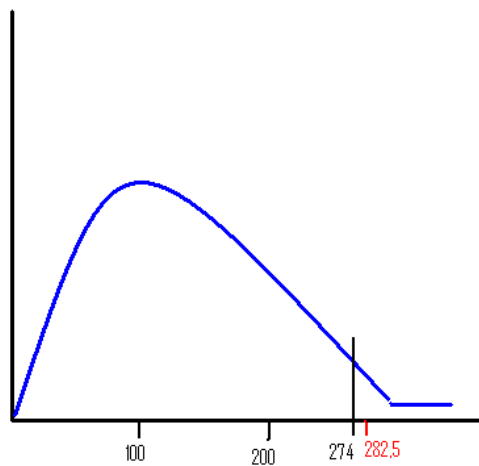
## Toma de Decisión:

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	282,506 <sup>a</sup>	240	,031
Razón de verosimilitud	265,605	240	,123
Asociación lineal por lineal	46,435	1	,000
N de casos válidos	379		

a. 259 casillas (95,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

## Campana de Gauss



Al ubicarse 282, 506 en la zona de rechazo, se repulsa la Hipótesis Nula y tomamos la decisión de aceptar la Hipótesis Alternativa, en consecuencia:

La Calidad del Servicio del Personal Administrativo del Ministerio Público influye significativamente en el índice de satisfacción del usuario, del Distrito Fiscal de Ica, en el periodo 2015.

## CAPÍTULO VI

# PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

## 6.1. Presentación e Interpretación de Resultados.

Tabla 01. ¿Las instalaciones son cuidadas y aptas para el servicio?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	10	2,64	2,64
Altas expectativas	23	6,07	8,71
Muy Altas expectativas	346	91,29	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	15	3,96	3,96
Satisfecho	56	14,78	18,74
Totalmente satisfecho	308	81,27	100,0
Total	379	100,0	

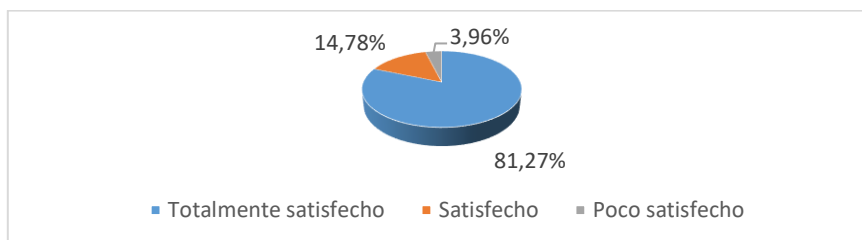
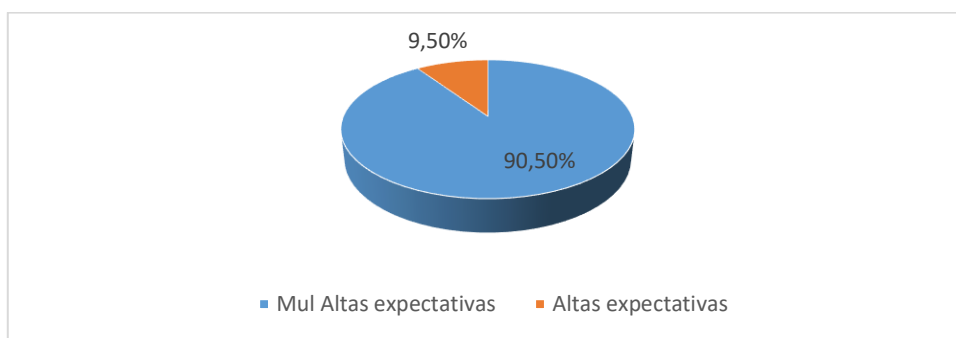


Tabla 02. ¿El equipo tecnológico es moderno?

EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas			
Altas expectativas	36	9,5	9,5
Muy Altas expectativas	343	90,5	100,0
Total	379	100,0	



PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	17	4,49	4,49
Satisfecho	65	17,15	21,64
Totalmente satisfecho	297	78,36	100,0
Total	379	100,0	

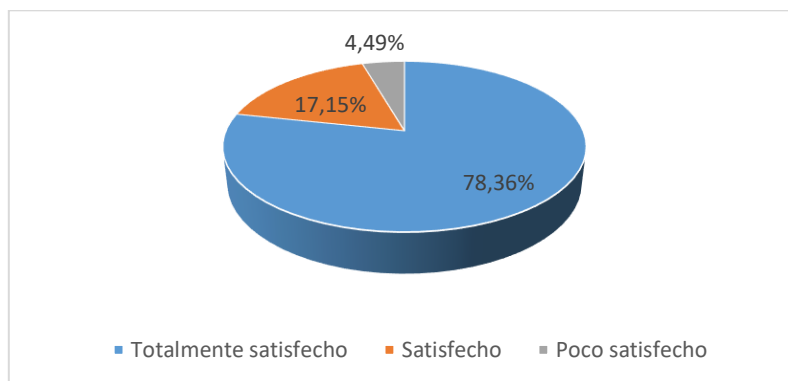
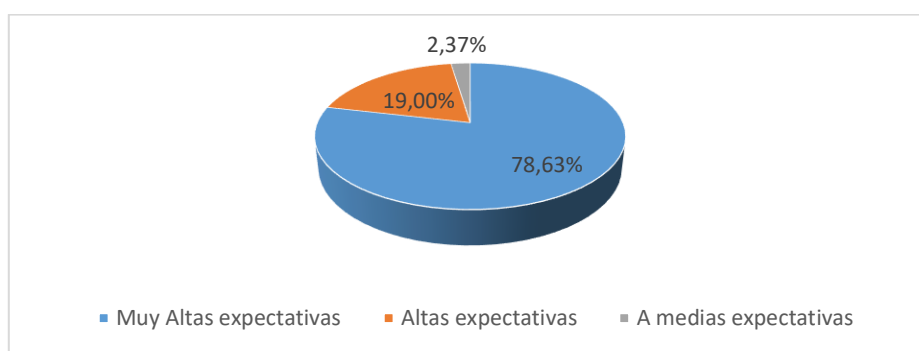


Tabla 03. ¿El Personal Administrativo se encuentra debidamente identificado?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	09	2,37	2,37
Altas expectativas	72	19	21,37
Muy Altas expectativas	298	78,63	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	82	21,64	21,63
Satisfecho	125	32,98	54,62
Totalmente satisfecho	172	45,38	100,0
Total	379	100,0	

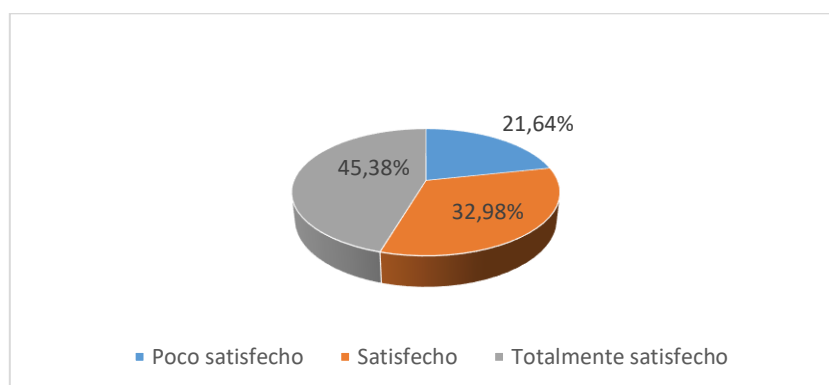
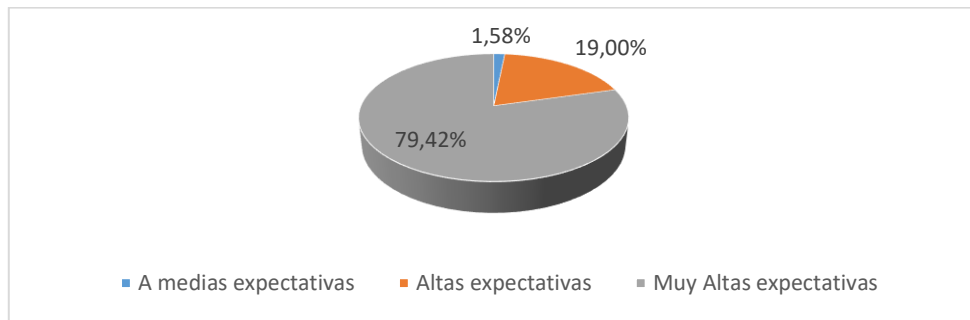


Tabla 04. ¿El despacho fiscal se encuentra debidamente organizado?

EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	06	1,58	1,58
Altas expectativas	72	19	20,58
Muy Altas expectativas	301	79,42	100,0
Total	379	100,0	



PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	13	3,43	3,43
Poco satisfecho	38	10,03	13,45
Satisfecho	266	70,18	83,63
Totalmente satisfecho	62	16,36	100,0
Total	379	100,0	

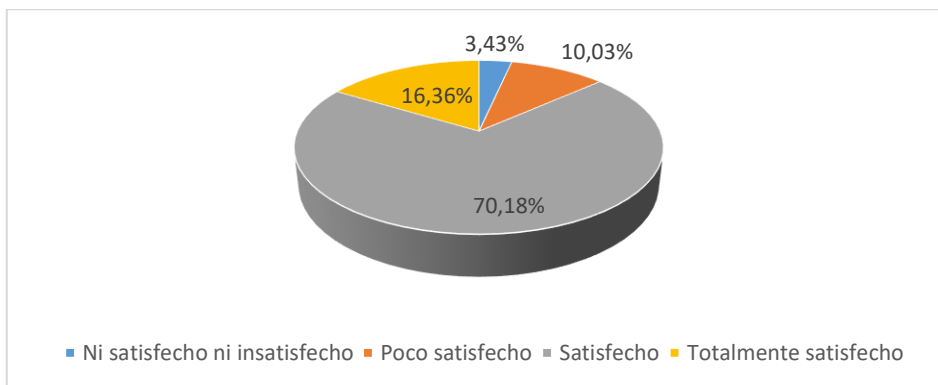
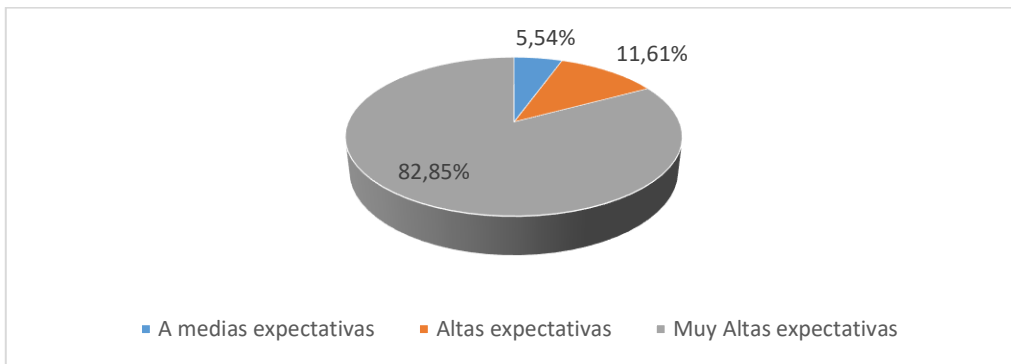


Tabla 05. ¿El personal administrativo se encuentra debidamente uniformado?

EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	21	5,54	5,54
Altas expectativas	44	11,61	17,15
Muy Altas expectativas	314	82,85	100,00
Total	379	100,0	



PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	72	19	19
Satisfecho	130	34,3	53,3
Totalmente satisfecho	177	46,7	100,0
Total	379	100,0	

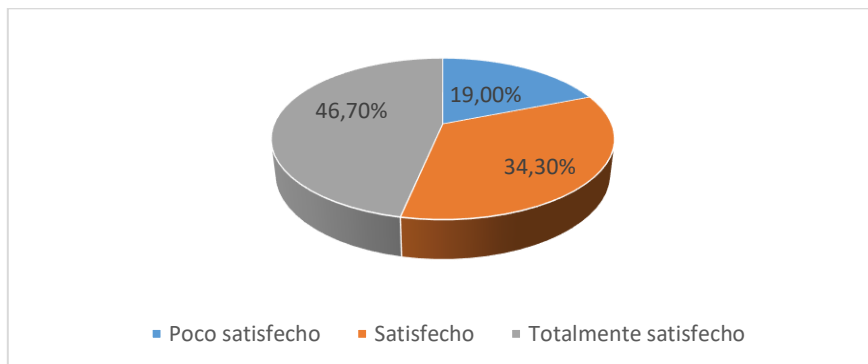
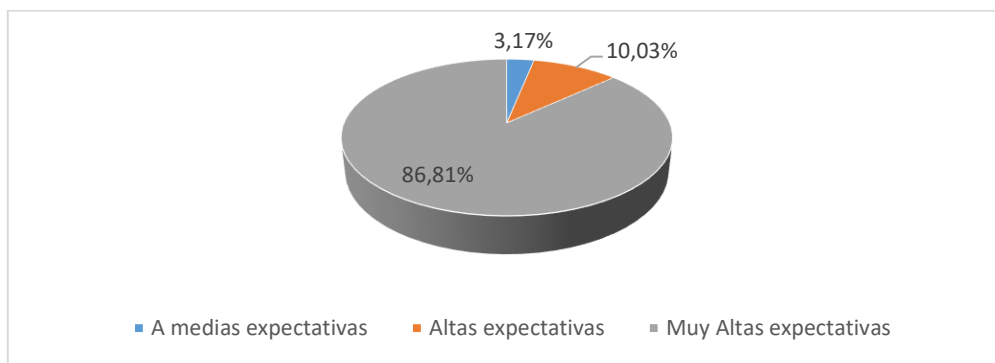


Tabla 06. ¿Los servicios de la página web ayudan a solucionar los problemas?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	12	3,17	3,17
Altas expectativas	38	10,03	13,19
Muy Altas expectativas	329	86,81	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	26	6,86	6,86
Poco satisfecho	87	22,96	29,82
Satisfecho	163	43,01	72,82
Totalmente satisfecho	103	27,18	100,0
Total	379	100,0	

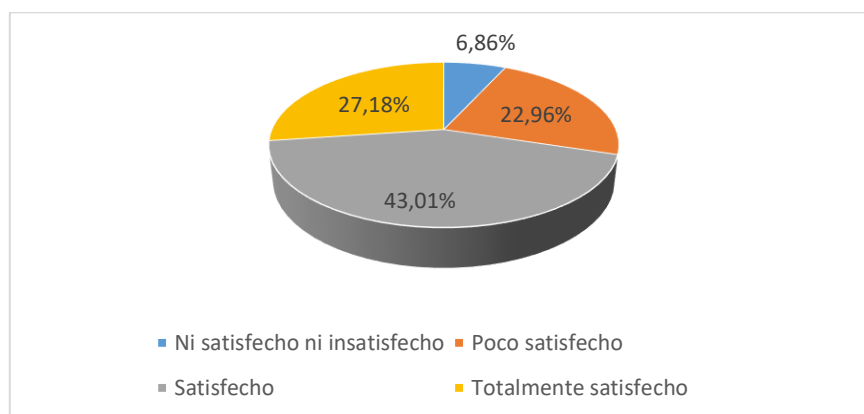
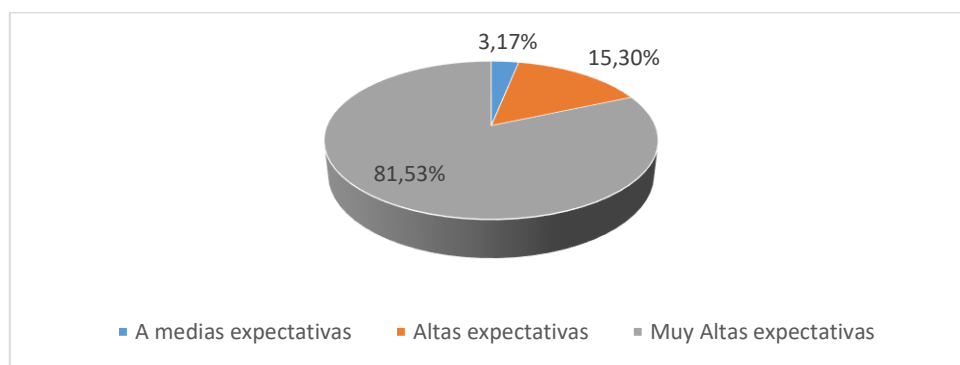


Tabla 07. Cuando un usuario tiene dudas ¿El personal administrativo muestra un sincero interés en solucionarlo?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	12	3,17	3,17
Altas expectativas	58	15,3	18,47
Muy Altas expectativas	309	81,53	100,0
Total	379	100,00	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	47	12,40	12,4
Poco satisfecho	107	28,23	40,63
Satisfecho	139	36,68	77,3
Totalmente satisfecho	86	22,69	100,0
Total	379	100,0	

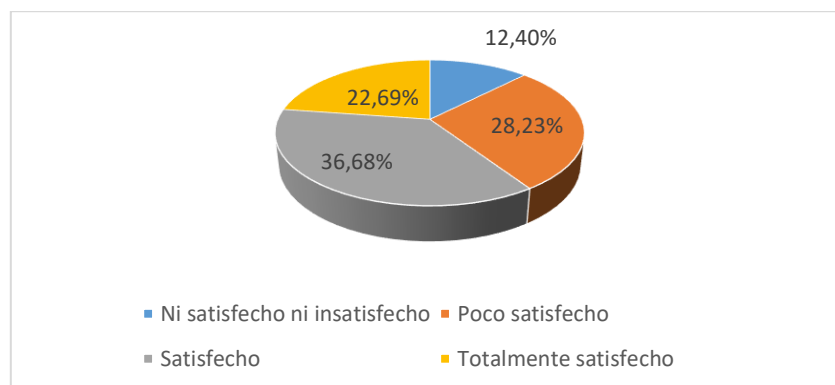
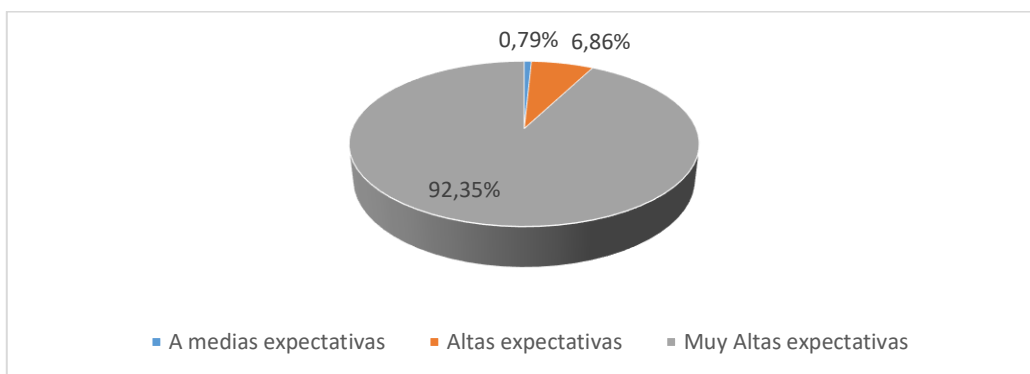


Tabla 08. ¿Existen errores en las disposiciones fiscales?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	03	0,79	0,79
Altas expectativas	26	6,86	7,65
Muy Altas expectativas	350	92,35	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho	27	7,12	7,12
Ni satisfecho ni insatisfecho	31	8,18	15,3
Poco satisfecho	46	12,14	27,44
Satisfecho	162	29,82	57,26
Totalmente satisfecho	113	42,74	100,0
Total	379	100,00	

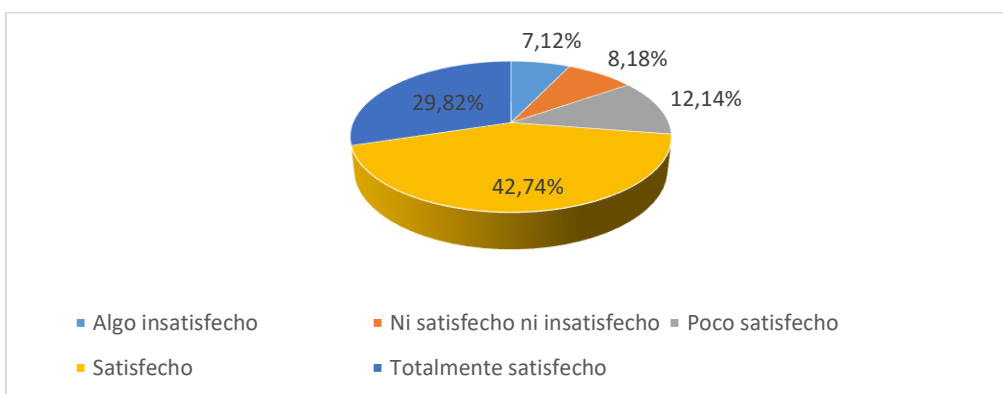
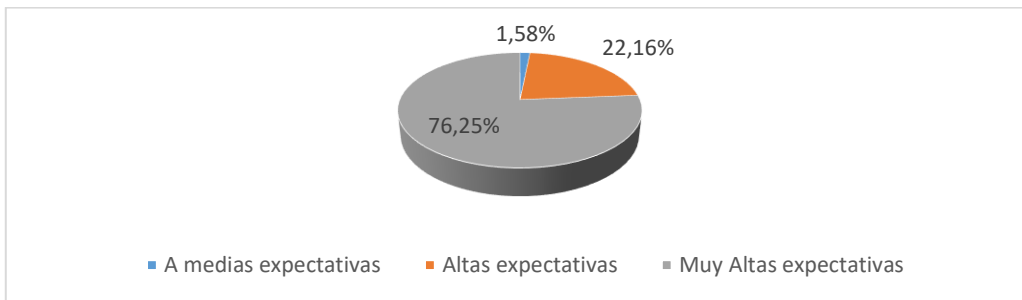


Tabla 09. ¿La Entidad cumple con los procedimientos administrativos a tiempo?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	06	1,58	1,58
Altas expectativas	84	22,16	23,74
Muy Altas expectativas	289	76,25	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho	26	6,86	6,86
Ni satisfecho ni insatisfecho	49	12,66	19,52
Poco satisfecho	48	12,93	32,45
Satisfecho	134	35,36	67,81
Totalmente satisfecho	122	32,19	100,0
Total	379	100,00	

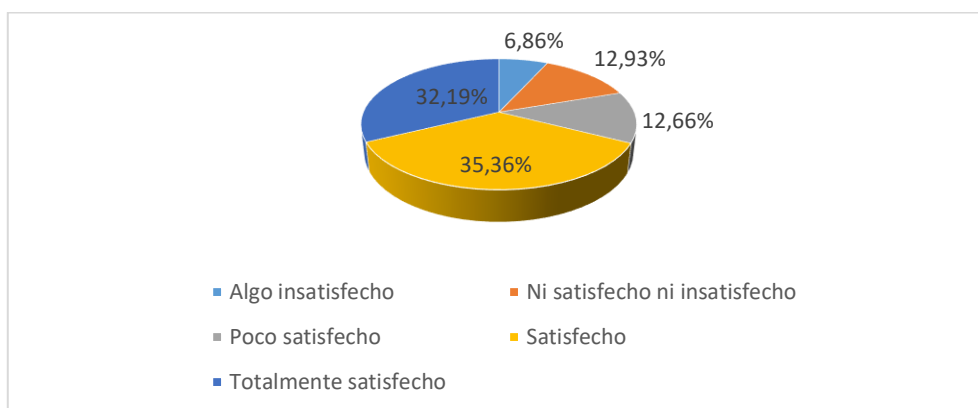
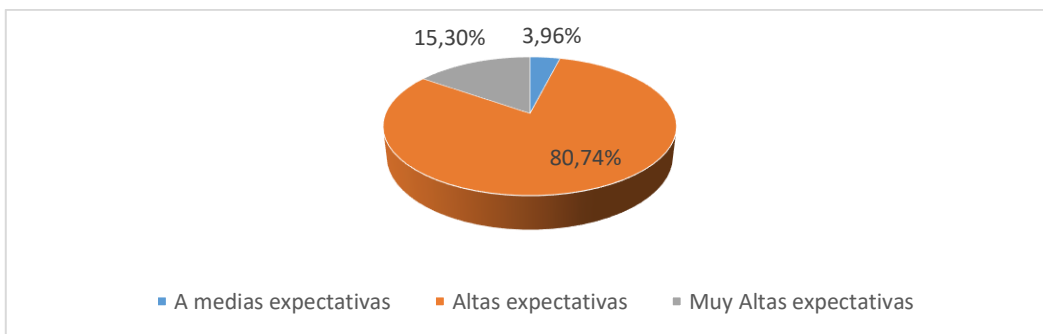


Tabla 10. ¿Existen errores en las notificaciones?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	15	3,96	3,96
Altas expectativas	306	80,74	84,7
Muy Altas expectativas	58	15,30	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	10	2,64	2,64
Poco satisfecho	53	13,98	16,62
Satisfecho	225	59,37	75,99
Totalmente satisfecho	91	24,01	100,0
Total	379	100,0	

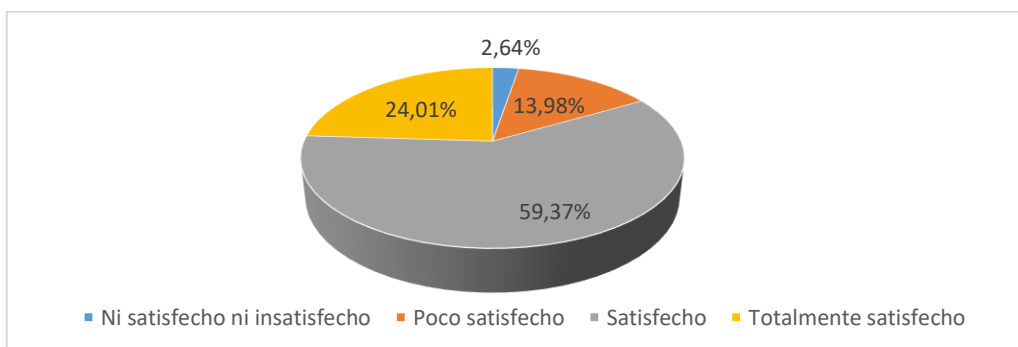
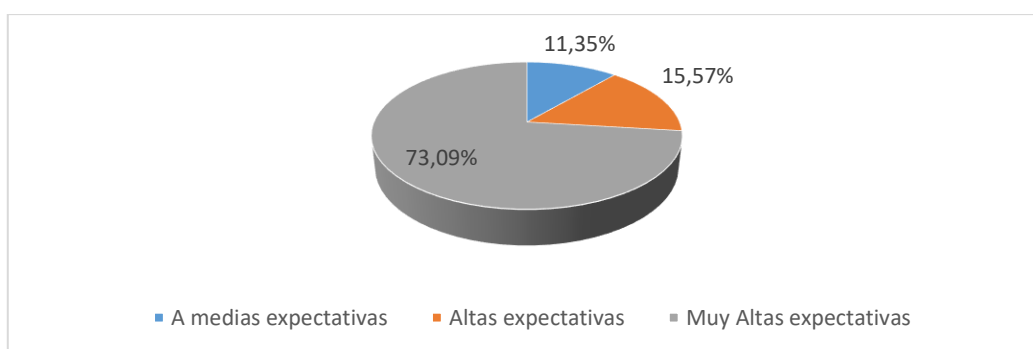


Tabla 11. ¿El tiempo de espera para las disposiciones es satisfactorio?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	43	11,35	11,35
Altas expectativas	59	15,57	26,92
Muy Altas expectativas	277	73,09	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho	48	12,66	12,66
Ni satisfecho ni insatisfecho	47	12,40	25,06
Poco satisfecho	85	22,43	47,49
Satisfecho	100	26,39	73,88
Totalmente satisfecho	99	26,12	100,0
Total	379	100,0	

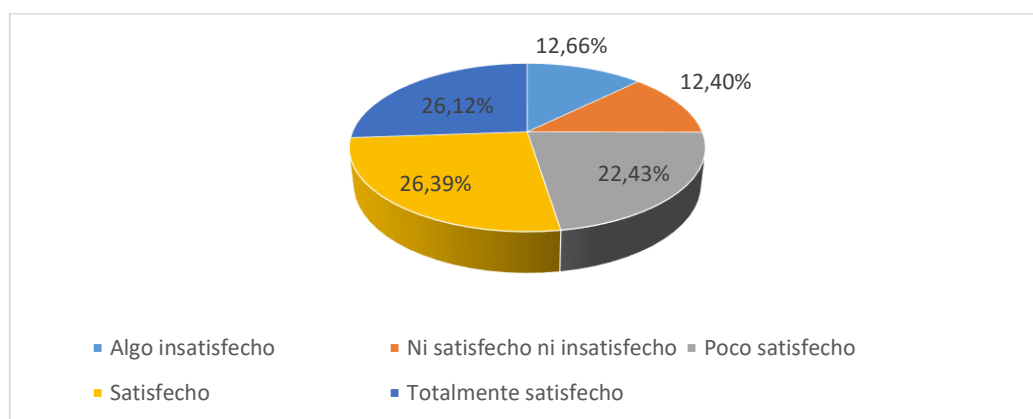
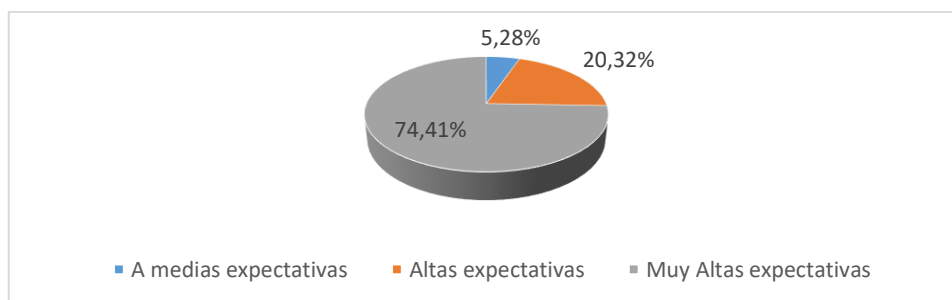


Tabla 12. ¿La atención para resolver problemas es rápida?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	20	5,28	5,28
Altas expectativas	77	20,32	25,6
Muy Altas expectativas	282	74,41	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	54	14,25	14,25
Poco satisfecho	69	18,21	32,46
Satisfecho	205	54,09	86,55
Totalmente satisfecho	51	13,46	100,0
Total	379	100,0	

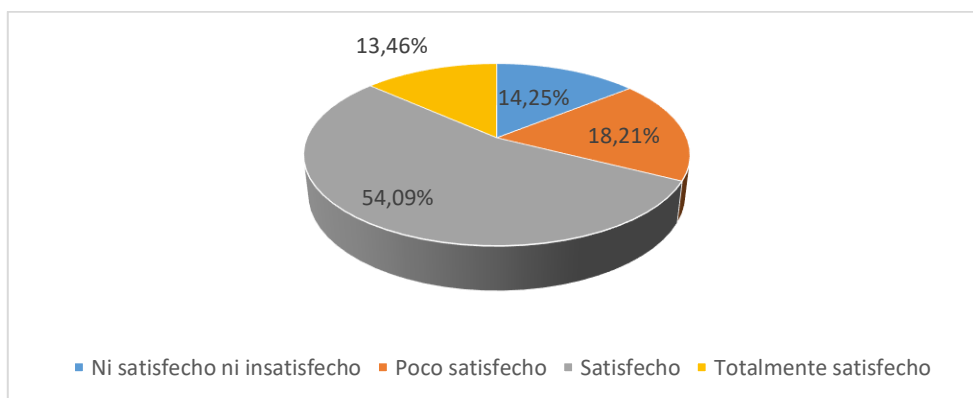
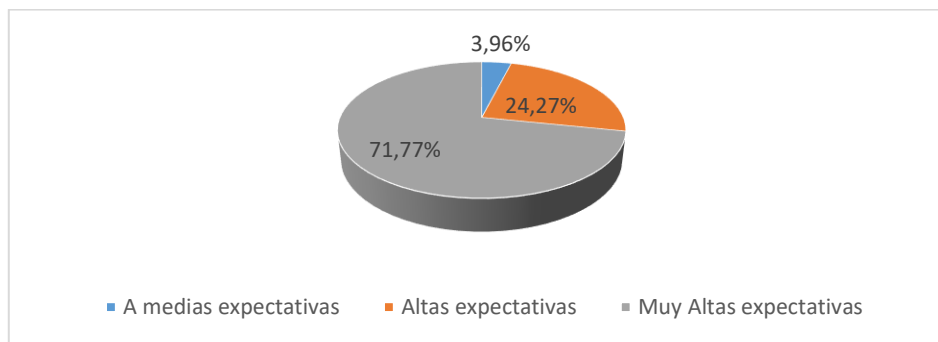


Tabla 13. ¿Siempre hay personal administrativo en el despacho fiscal?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	15	3,96	3,96
Altas expectativas	92	24,27	28,23
Muy Altas expectativas	272	71,77	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	21	5,54	5,54
Poco satisfecho	187	49,34	54,88
Satisfecho	93	24,54	79,42
Totalmente satisfecho	78	20,58	100,0
Total	379	100,0	

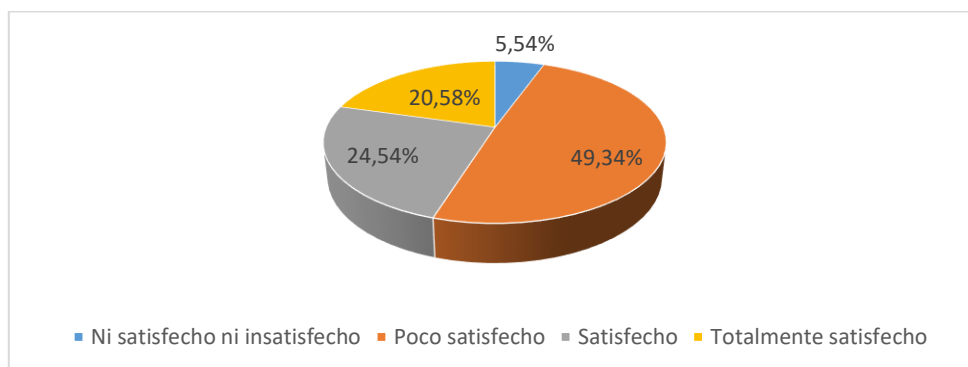
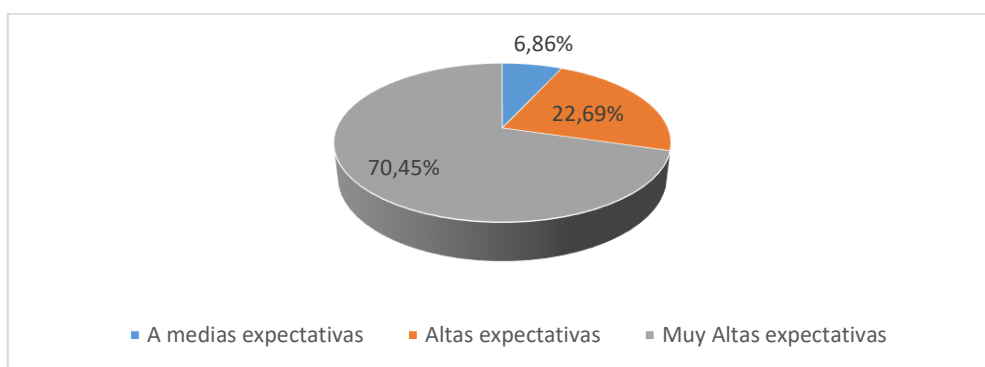


Tabla 14. ¿El tiempo de espera para las notificaciones es satisfactorio?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	26	6,86	6,86
Altas expectativas	86	22,69	29,55
Muy Altas expectativas	267	70,45	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho	89	23,48	23,48
Ni satisfecho ni insatisfecho	66	17,41	40,89
Poco satisfecho	115	30,34	71,23
Satisfecho	84	22,16	93,39
Totalmente satisfecho	25	6,60	100,0
Total	379	100,0	

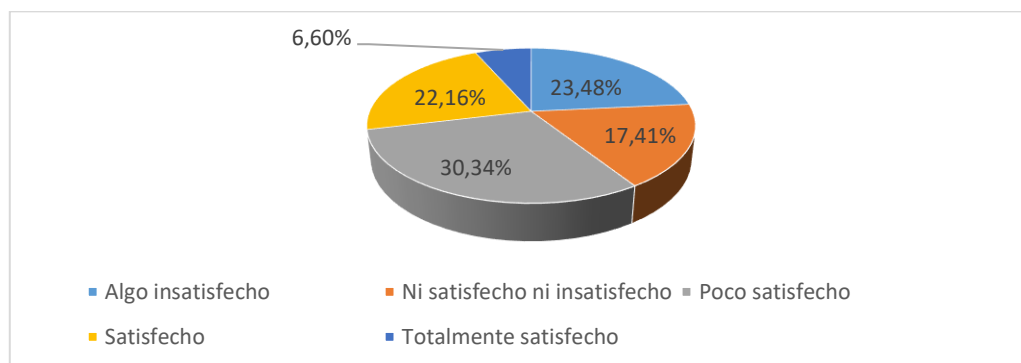
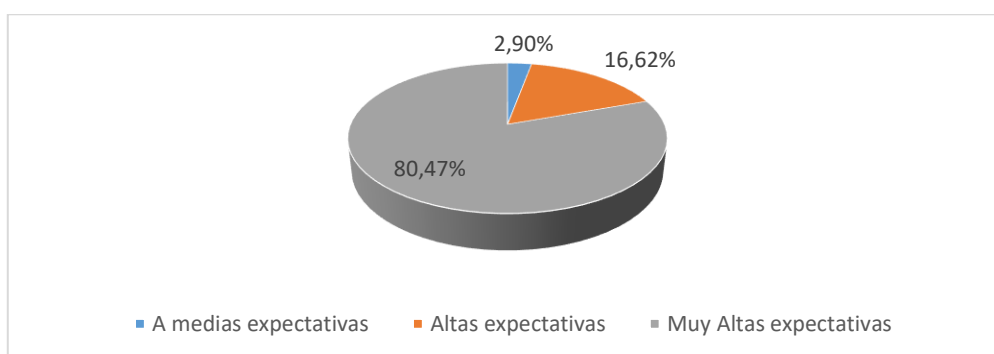


Tabla 15. ¿Siempre hay personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	11	2,90	2,90
Altas expectativas	63	16,62	19,52
Muy Altas expectativas	305	80,47	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	100	26,39	26,39
Poco satisfecho	123	32,45	58,84
Satisfecho	98	25,86	84,70
Totalmente satisfecho	58	15,30	100,0
Total	379	100,0	

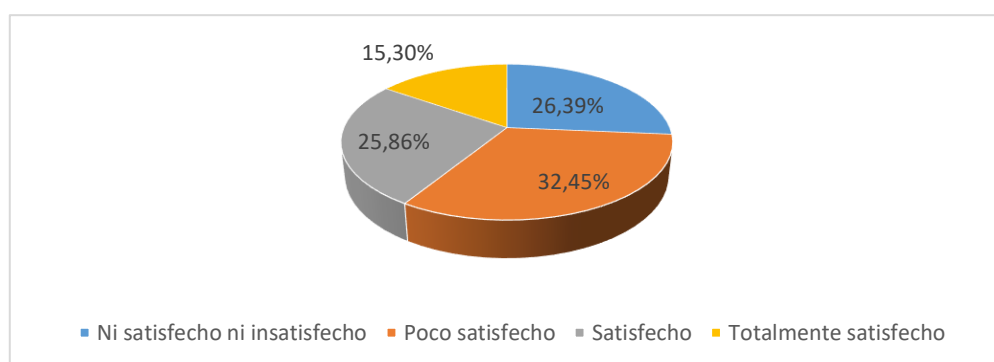
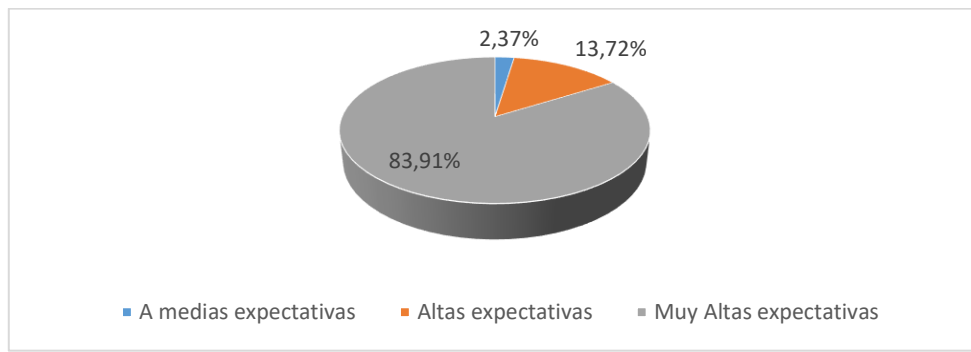


Tabla 16. ¿El comportamiento del Personal Administrativo transmite confianza?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	09	2,37	2,37
Altas expectativas	52	13,72	16,09
Muy Altas expectativas	318	83,91	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	29	7,65	7,65
Satisfecho	56	14,78	22,43
Totalmente satisfecho	294	77,57	100,0
Total	379	100,0	

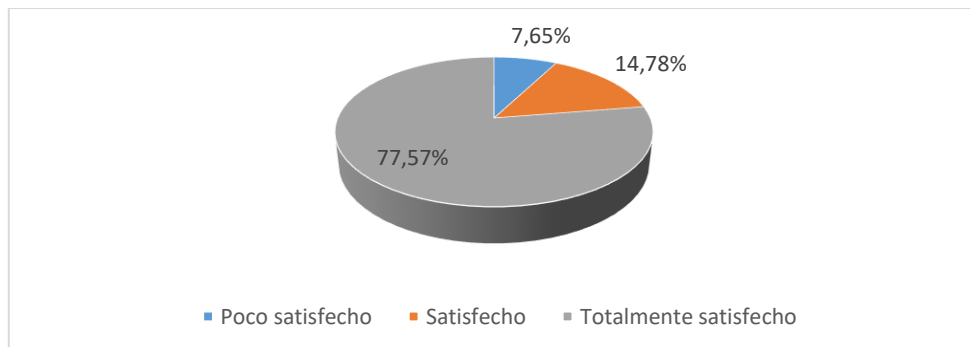
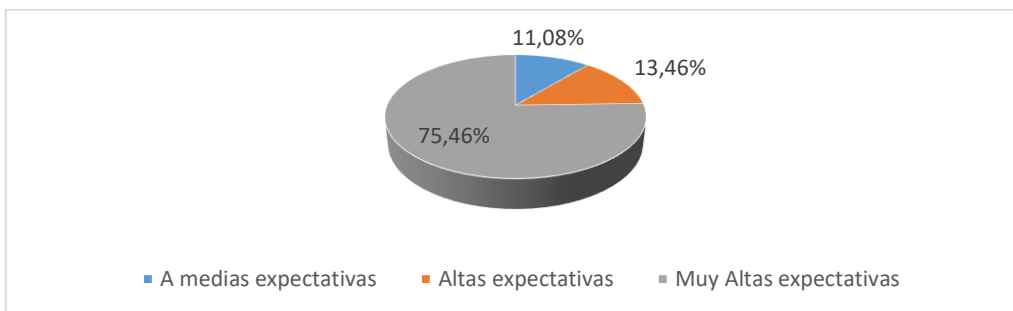


Tabla 17. ¿Usted se siente seguro en el trámite de su caso?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	42	11,08	11,08
Altas expectativas	51	13,46	24,54
Muy Altas expectativas	286	75,46	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	08	2,11	2,11
Satisfecho	310	81,79	83,9
Totalmente satisfecho	61	16,09	100,0
Total	379	100,0	

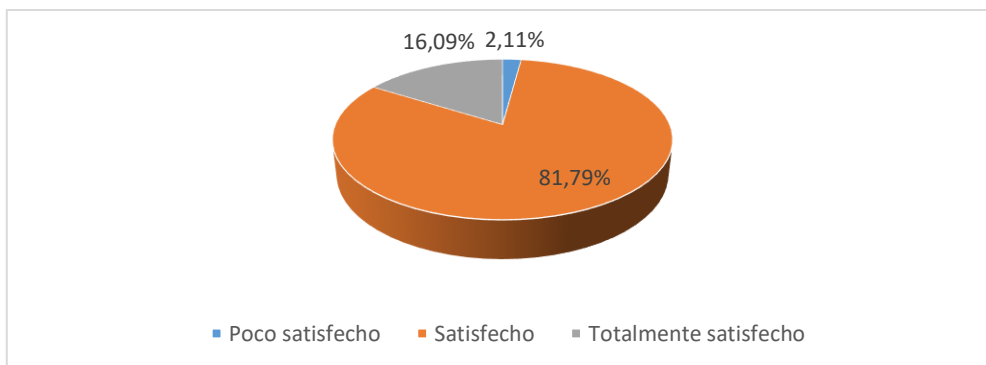
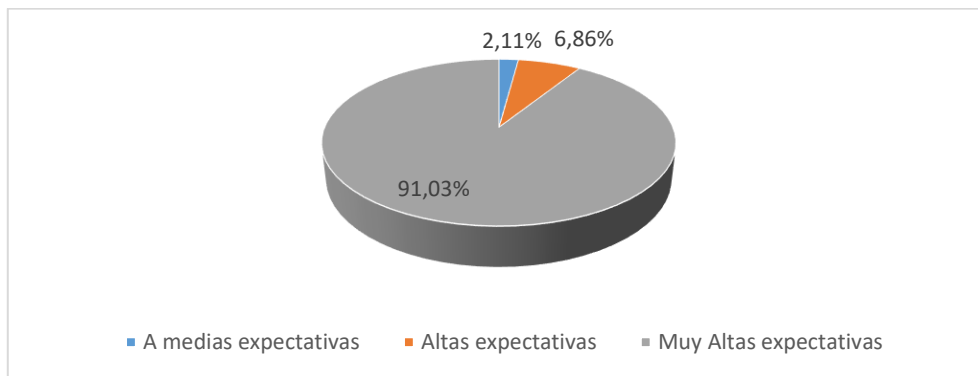


Tabla 18. ¿El Personal es amable?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	08	2,11	2,11
Altas expectativas	26	6,86	8,97
Muy Altas expectativas	345	91,03	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	44	11,61	11,61
Poco satisfecho	28	7,39	19
Satisfecho	289	76,25	95,25
Totalmente satisfecho	18	4,75	100,0
Total	379	100,0	

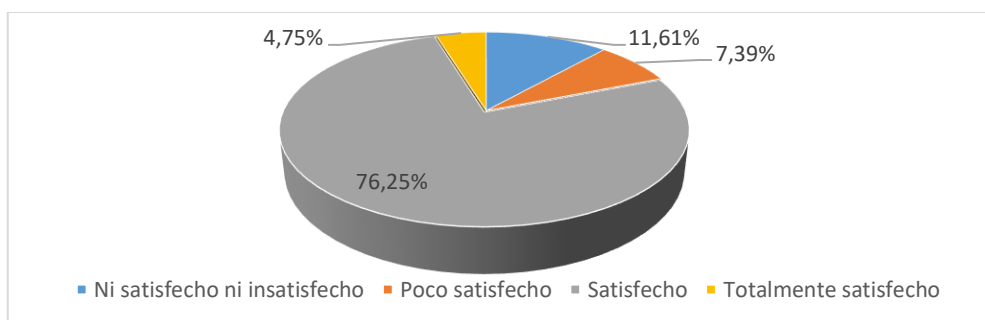
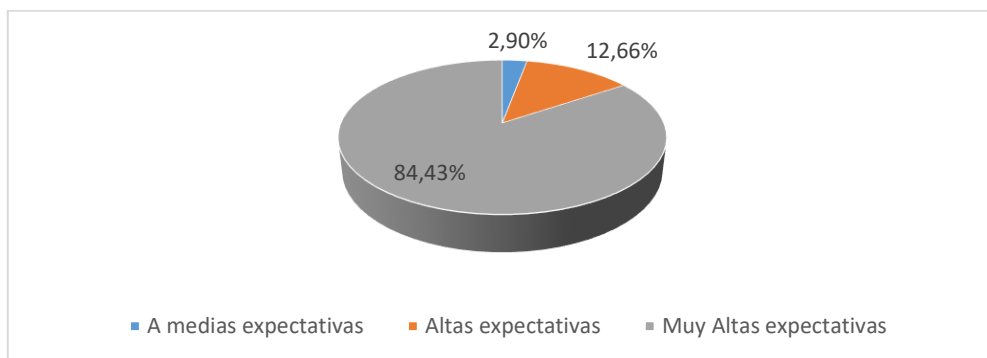


Tabla 19. ¿El Personal Administrativo es competente?

EXPECT 124

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	11	2,90	2,90
Altas expectativas	48	12,66	15,56
Muy Altas expectativas	320	84,43	100,0
Total	379	100,0	



PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	14	3,69	3,69
Satisfecho	79	20,84	24,53
Totalmente satisfecho	286	75,46	100,0
Total	379	100,0	

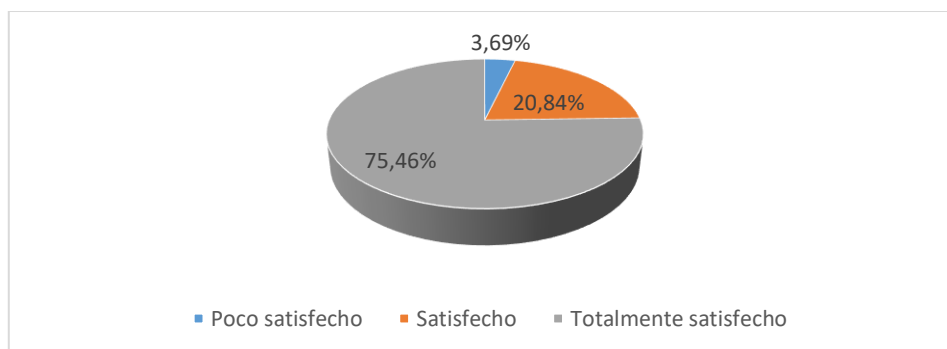
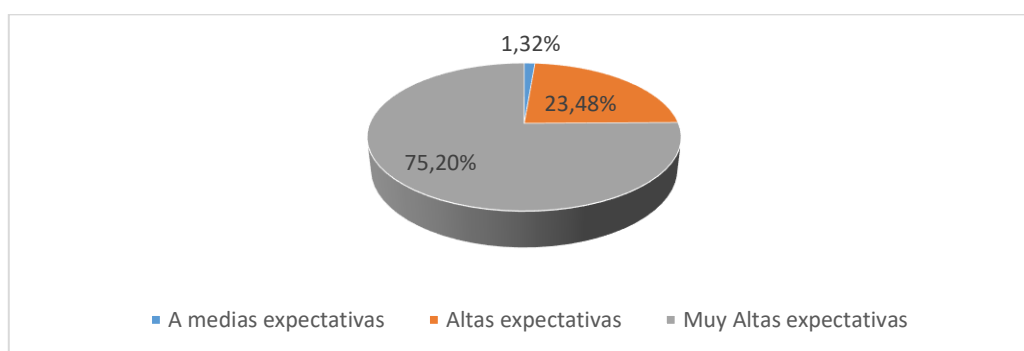


Tabla 20. ¿El Personal Administrativo actúa con discreción y respeta la intimidad del usuario?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	05	1,32	1,32
Altas expectativas	89	23,48	24,8
Muy Altas expectativas	285	75,20	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	05	1,32	1,32
Satisfecho	61	16,09	17,41
Totalmente satisfecho	313	82,59	100,0
Total	379	100,0	

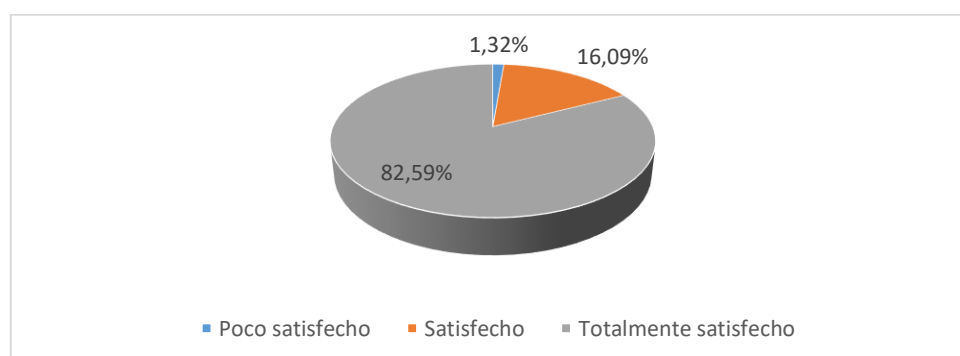
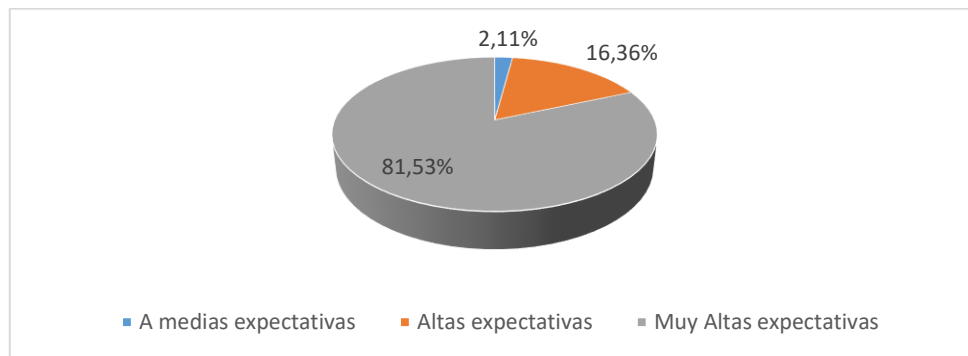


Tabla 21. ¿El Personal se dirige al usuario de forma correcta?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	08	2,11	2,11
Altas expectativas	62	16,36	18,47
Muy Altas expectativas	309	81,53	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	49	12,93	12,93
Satisfecho	41	10,82	23,75
Totalmente satisfecho	289	76,25	100,0
Total	379	100,00	

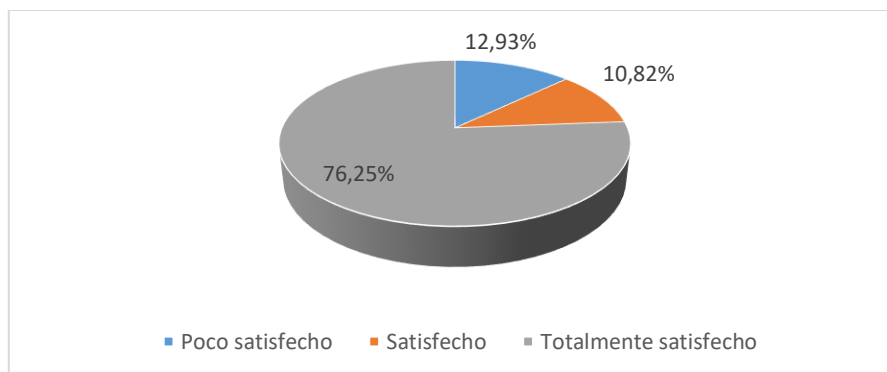
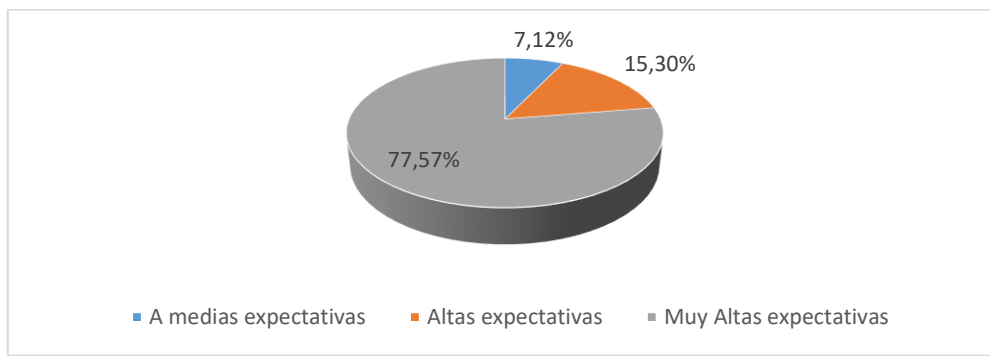


Tabla 22. ¿La entidad tiene horarios de trabajo convenientes?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	27	7,12	7,12
Altas expectativas	58	15,30	22,42
Muy Altas expectativas	294	77,57	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho			
Poco satisfecho	34	8,97	8,97
Satisfecho	273	72,03	81
Totalmente satisfecho	72	19,0	100,0
Total	379	100,0	

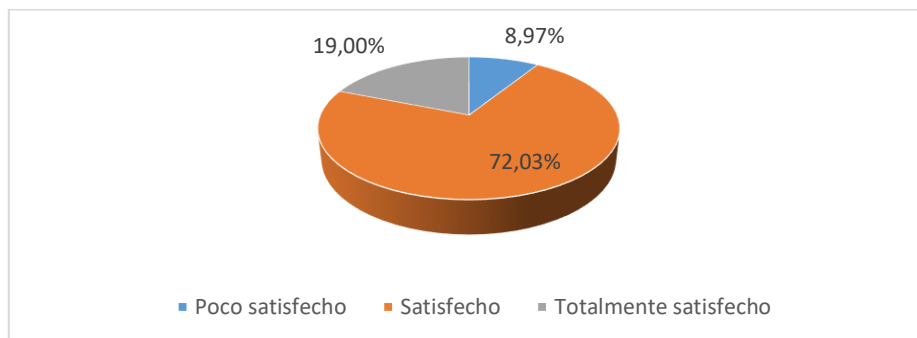
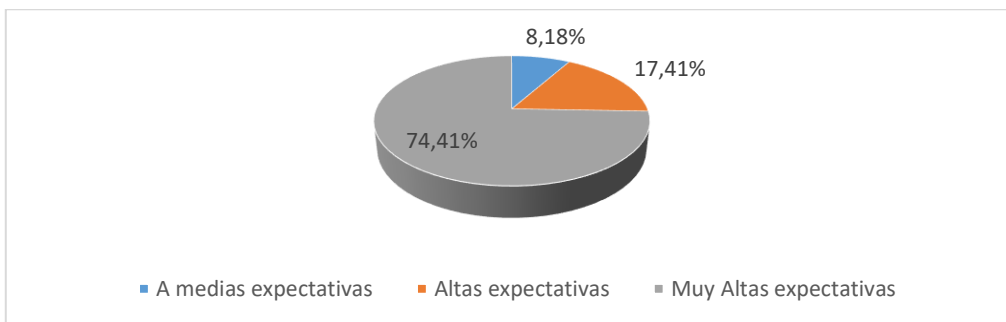


Tabla 23. ¿La entidad tiene la suficiente cantidad de Personal para la atención personalizada?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	31	8,18	8,18
Altas expectativas	66	17,41	25,59
Muy Altas expectativas	282	74,41	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	10	2,64	2,64
Poco satisfecho	17	4,49	7,13
Satisfecho	264	69,66	76,79
Totalmente satisfecho	88	23,22	100,0
Total	379	100,0	

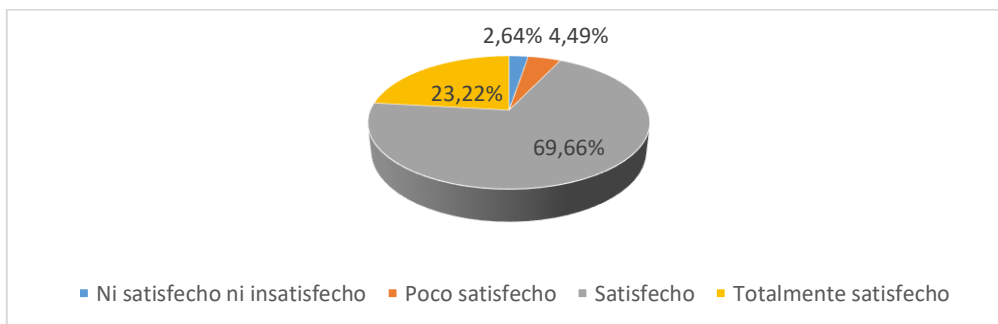
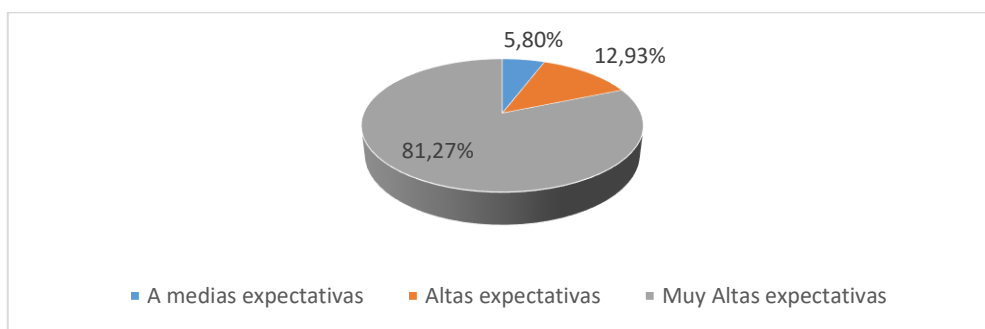


Tabla 24. ¿El Ministerio Público se preocupa por los mejores intereses de los usuarios?

### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	22	5,80	5,80
Altas expectativas	49	12,93	18,73
Muy Altas expectativas	308	81,27	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	19	5,01	5,01
Poco satisfecho	50	13,19	18,2
Satisfecho	294	77,57	95,77
Totalmente satisfecho	16	4,22	100,0
Total	379	100,0	

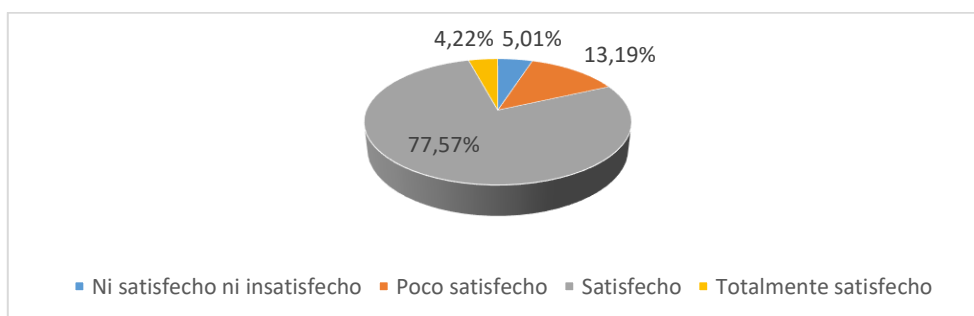
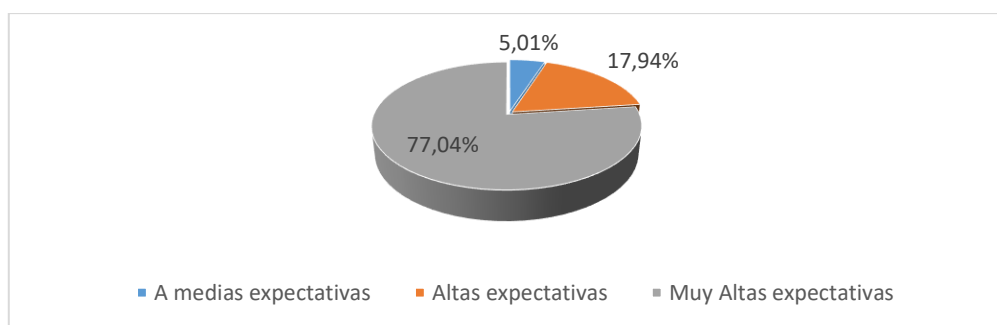


Tabla 25. ¿El Ministerio Público atiende a tiempo los procedimientos administrativos de los usuarios?

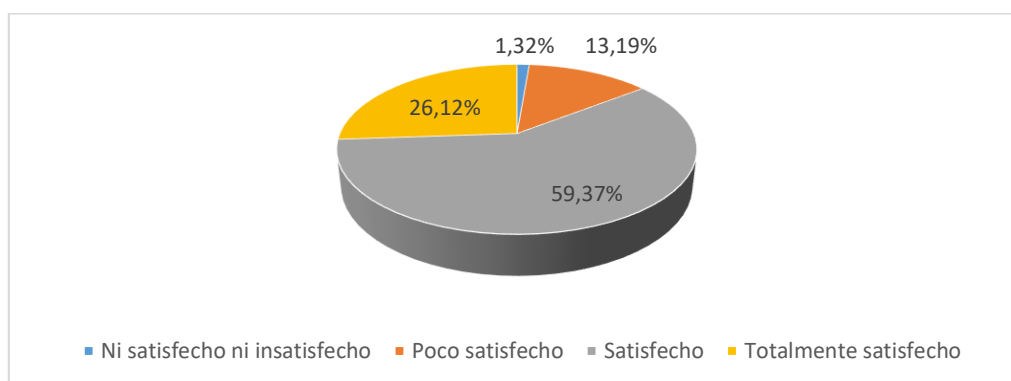
### EXPECTATIVA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Pocas expectativas			
Bajas expectativas			
A medias expectativas	19	5,01	5,01
Altas expectativas	68	17,94	22,95
Muy Altas expectativas	292	77,04	100,0
Total	379	100,0	



### PERCEPCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Algo insatisfecho			
Ni satisfecho ni insatisfecho	05	1,32	1,32
Poco satisfecho	50	13,19	14,51
Satisfecho	225	59,37	73,88
Totalmente satisfecho	99	26,12	100,0
Total	379	100,0	



## 6.2 Discusión de Resultados.

### DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES

Gráfico N° 01 EXPECTATIVA GAP 01

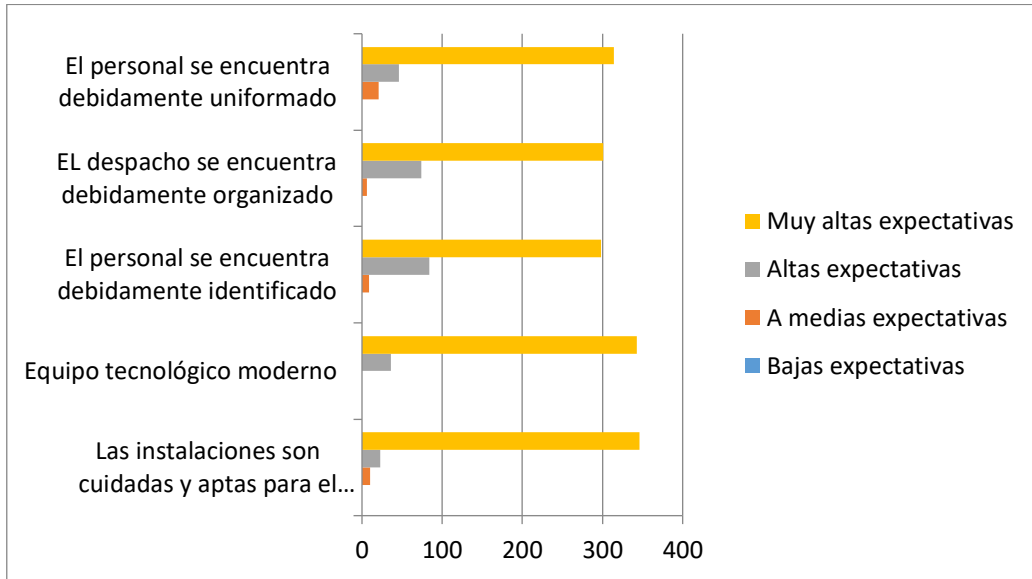
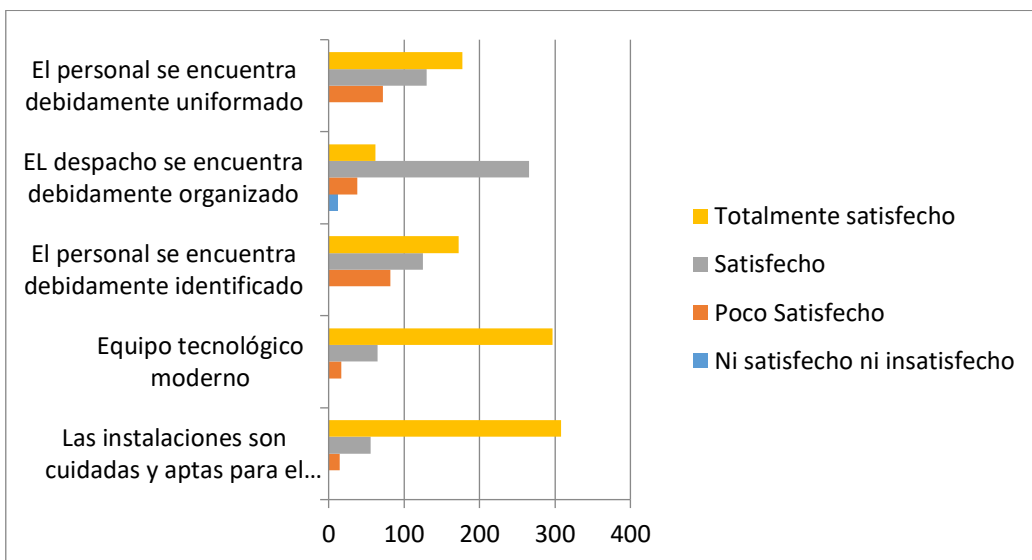


Gráfico N° 02 PERCEPCIÓN GAP 01



Fuente: Encuestas.

Elaboración: Pedro Orlando Bendezú Chacaltana.

En la dimensión Elementos Tangibles en el rubro Expectativa; Las instalaciones son cuidadas y aptas para el servicio 346 personas respondieron que sienten muy altas expectativas, 23 con altas expectativas y 10 con expectativas medias. En el punto el equipo tecnológico es moderno 343 encuestados manifestaron que se encuentran con muy altas expectativas, 36 con altas expectativas. En la opción el personal administrativo se encuentra debidamente identificado 298 sujetos de estudio refieren que están con muy altas expectativas, 72 con altas expectativas y 09 con expectativas medias. En la alternativa el despacho fiscal se encuentra debidamente organizado 301 usuarios expresan muy altas expectativas, 72 altas expectativas y 06 con expectativas medias. En el subtema El personal administrativo se encuentra debidamente uniformado 314 individuos opinan que su estado es de expectativas muy altas, 44 que tienen altas expectativas y 21 con medias expectativas.

En la dimensión Elementos Tangibles en el rubro de Percepción; Las instalaciones son cuidadas y aptas para el servicio 308 personas respondieron que se sienten totalmente satisfechos, 56 que satisfechos y 15 que poco satisfechos. En el punto el equipo tecnológico es moderno 297 encuestados manifestaron que se encuentran totalmente satisfechos, 65 que satisfechos y 17 que poco satisfechos. En la opción el personal administrativo se encuentra debidamente identificado 172 sujetos de estudio refieren que están totalmente satisfechos, 125 que satisfechos y 82 que poco satisfechos. En la alternativa el despacho fiscal se encuentra debidamente organizado 62 usuarios expresan que su satisfacción es total, 266 que satisfechos, 38 que poco satisfechos y 13 que ni insatisfecho ni satisfecho. En el subtema El personal administrativo se encuentra debidamente uniformado 177 individuos opinan que su estado es de total satisfacción, 130 que satisfechos y 72 que poco satisfechos.

En el GAP 01, el 84.69% de los usuarios van con altas expectativas en relación a la funcionalidad de los elementos tangibles. Aunque el servicio es de una calidad intangible, los usuarios escudriñan elementos físicos vinculados al servicio para corroborar la calidad. Los elementos tangibles no se ven desde un enfoque estético sino se buscan que sean funcionales al usuario, su ubicación debe ser estratégica, con mantenimiento mensual. Promover un servicio es un interesante desafío, los servicios a diferencia de los productos son intangibles y subjetivos, cada usuario posee variadas expectativas de acuerdo a sus necesidades, opiniones y experiencias. Los servicios son una especie de producto cuya esencia son actividades o beneficios que

están a disposición de los individuos destinados a satisfacer necesidades públicas como ayuda, utilidad, provecho con que se ofrece una función desempeñada en el Estado. El 81.26% de los usuarios aducen satisfacción total porque las instalaciones evidencian señalización de seguridad en casos de sismos, extintores, mangueras contra incendio, asientos para la espera, escalera de escape, distribución óptima para el desarrollo de las actividades, instalaciones limpias y mobiliario en buen estado, buena iluminación artificial y natural; pasadizos sin obstáculos. El 78.36% refieren total satisfacción porque las computadoras, impresoras, fax, escáners, fotocopiadoras, teléfonos fijos, celulares son modernos y colaboran al servicio oportuno. El 32.98% indican satisfacción en cuanto a la identificación de los trabajadores, evidenciando que algunos servidores laboran sin el fotocheck, lo cual es un punto en contra ya que cada trabajador debe enseñar sus datos personales y cargo, para el reconocimiento adecuado y pronta atención. El 70.18% señalan su satisfacción en cuanto a la armonía del despacho fiscal, la ubicación de las carpetas fiscales, la distribución del personal, el espacio físico que existe entre cada escritorio, los espacios libres para transitar, la comodidad para iniciar una declaración. El 82.84% manifiestan total satisfacción respecto al correcto vestir del personal, lo que expresa que los colaboradores acuden en forma pulcra, correcta y formal a laborar. La calidad en el servicio es un punto primordial en la organización, es necesario medirla, para conocer las falencias, la calidad es un camino difícil de avanzar, que al no tenerla genera una pérdida de respeto a la ley, además de ir en contra de los objetivos de progreso del país. Se entiende que se deben cumplir con ciertos requisitos para satisfacer al usuario y ejecutarlos es la filosofía más importante del Ministerio Público y el enfoque central del plan estratégico de atención al usuario, ya que al mejorar continuamente el servicio significa el factor clave del éxito en la gestión gubernamental. Un cuestionario de expectativas y percepción trae una serie de beneficios porque se va a obtener información básica sobre calidad, se tendrán los documentos, procedimientos y manuales estandarizados, además de contribuir a crear expectativas realistas, diseñando un programa de servicio, articulando cada proceso y a todos los actores que cumplirán un objetivo trascendental.

## DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD

Gráfico N° 03 EXPECTATIVA GAP 02

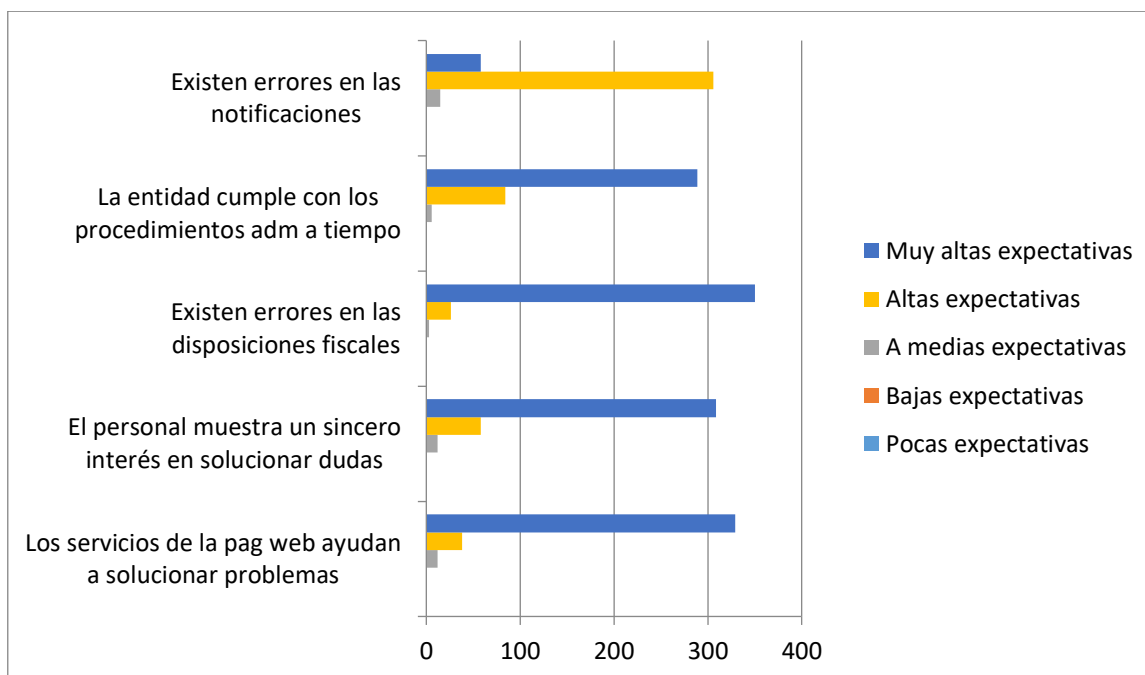
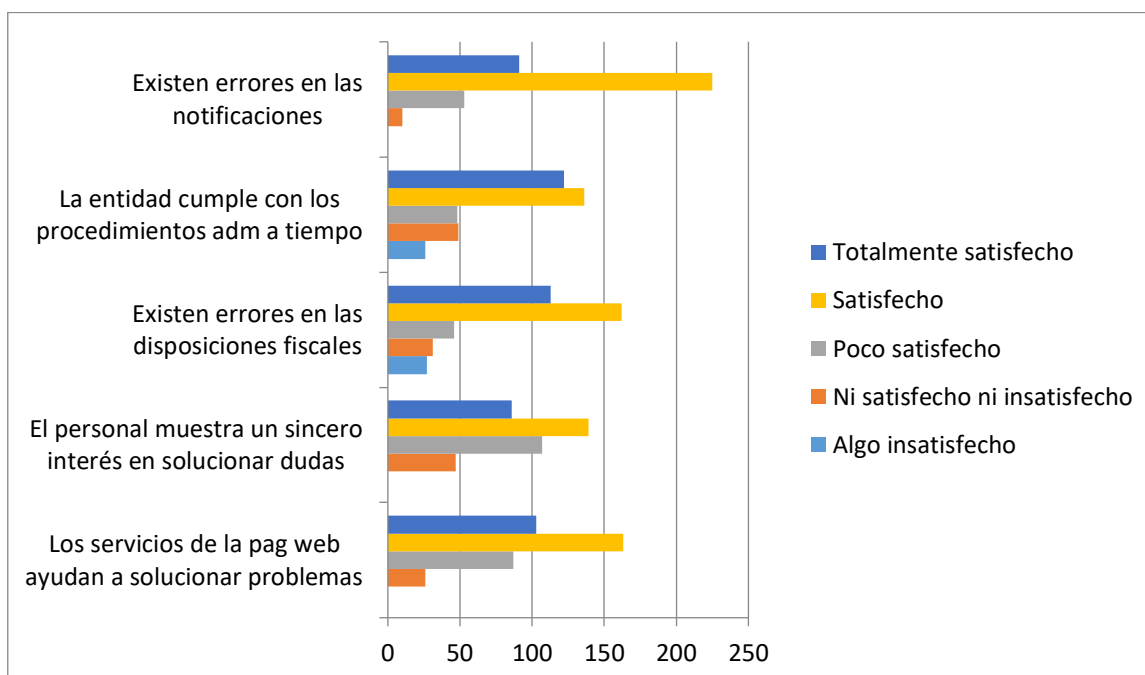


Gráfico N° 004 PERCEPCIÓN GAP 02



Fuente: Encuestas

Elaboración: Pedro Orlando Bendezú Chacaltana

En la dimensión Confiabilidad en el rubro Expectativa; Los servicios de la página web ayudan a solucionar los problema 329 personas respondieron que se sienten con muy altas expectativas, 38 con altas expectativas y 12 con expectativas medias. En el punto cuando un usuario tiene dudas el personal Administrativo muestra un sincero interés en solucionarlo 309 encuestados manifestaron que se encuentran con muy altas expectativas, 58 con altas expectativas y 12 con expectativas medias. En la opción Existen errores en las disposiciones fiscales 350 sujetos de estudio refieren que están con muy altas expectativas, 26 con altas expectativas y 03 con expectativas a medias. En el punto la Entidad cumple con los procedimientos administrativos a tiempo 289 usuarios expresan muy altas expectativas, 84 altas expectativas y 06 expectativas a medias. En el subtema Existen errores en las notificaciones 58 individuos opinan que su estado de expectativas es muy alto, 306 altas expectativas y 15 con expectativas a medias.

En la dimensión Confiabilidad en el rubro Percepción; Los servicios de la página web ayudan a solucionar los problemas 103 personas respondieron que se sienten totalmente satisfechos, 163 que satisfechos, 87 que poco satisfechos y 26 que ni satisfechos ni insatisfechos. En el punto cuando un usuario tiene dudas ¿el personal Administrativo muestra un sincero interés en solucionarlo? 86 encuestados manifestaron que se encuentran totalmente satisfechos, 139 que satisfechos, 107 que poco satisfechos y 47 que ni satisfechos ni insatisfechos. En la opción Existen errores en las disposiciones fiscales 113 sujetos de estudio refieren que están totalmente satisfechos, 162 que satisfechos, 46 que poco satisfechos, 31 que ni satisfechos ni insatisfechos y 27 que algo insatisfechos. En el punto la Entidad cumple con los procedimientos administrativos a tiempo 122 usuarios expresan que su satisfacción es total, 134 que satisfechos, 48 que poco satisfechos, 49 que ni insatisfecho ni satisfecho y 26 que algo insatisfechos. En el subtema Existen errores en las notificaciones 91 individuos opinan que su estado es de total satisfacción, 225 que satisfechos, 53 que poco satisfechos, 10 que ni satisfechos ni insatisfechos.

En el GAP N° 02 el 70.71% de los usuarios tienen altas expectativas en cuanto a depositar su certidumbre en el desempeño laboral de los trabajadores del Ministerio Público, la fiabilidad va de la mano con las promesas indicadas al usuario y el fiel cumplimiento de éstas, las personas depositan su confianza en los funcionarios y servidores y tienden a formarse una opinión objetiva en el trámite de la investigación.

Las expectativas son los anhelos que los usuarios tienen por conseguir justicia, las expectativas se originan por las promesas que hace la organización en razón de sus servicios, las expectativas son puntos de referencia, por ello la comunicación es el factor primordial para la satisfacción de los usuarios, sin transparencia no hay credibilidad y sin confianza todo se vuelve más caótico en la relación Ministerio Público y ciudadanía. El 43% de los usuarios responden que el directorio telefónico, denuncias web, actividades de los despachos fiscales, noticias respecto a las acciones a favor de la legalidad, publicación de edictos, estadísticas, transparencia en la información, pago a proveedores, concursos públicos de la página web los satisface; se presenta información puntual, oportuna dentro del marco de transparencia para tener al día a la ciudadanía. El 28.23% de los encuestados manifiesta su poca satisfacción al percatarse de una poca noble disposición de los colaboradores en remediar sus interrogantes. El 12.13% refiere que hay errores en las disposiciones como la dirección errada, los nombres equivocados, frases jurídicas que no llegan a entender, lo que origina ni satisfacción, ni insatisfacción. El 35.88% aduce su satisfacción en el oportuno cumplimiento de los plazos establecidos para notificar disposiciones, enviar oficios, requerir pericias, recabar pruebas, notificar disposiciones a las partes, solicitar declaraciones. El 13.98% señala su poca satisfacción porque reciben la notificación cuando su manifestación fue programada días antes, éstos casos se evidencian cuando el usuario vive en un poblado de difícil acceso.

La calidad incrementa la productividad, es decir una respuesta con celeridad, objetiva, justa ante las demandas poblacionales, da cuenta de un mejor manejo de los recursos humanos, logísticos, tecnológicos, cumpliendo metas en pro de la mejora continua, manteniendo un control sobre los reclamos, incrementando la confianza de los ciudadanos y trabajadores, motivando un servicio que cumple estándares de calidad, sobresaliendo por un trabajo elaborado objetivamente. Interpretar las expectativas de los usuarios se vuelve muy importante, haciendo que el empleado tenga un contacto de excelencia con el poblador, naciendo así un nexo primordial de un trabajo en equipo, en el que participan también los funcionarios, orientando esfuerzos hacia la célula de la nación: la ciudadanía.

## DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Gráfico N° 05 Expectativa GAP 03

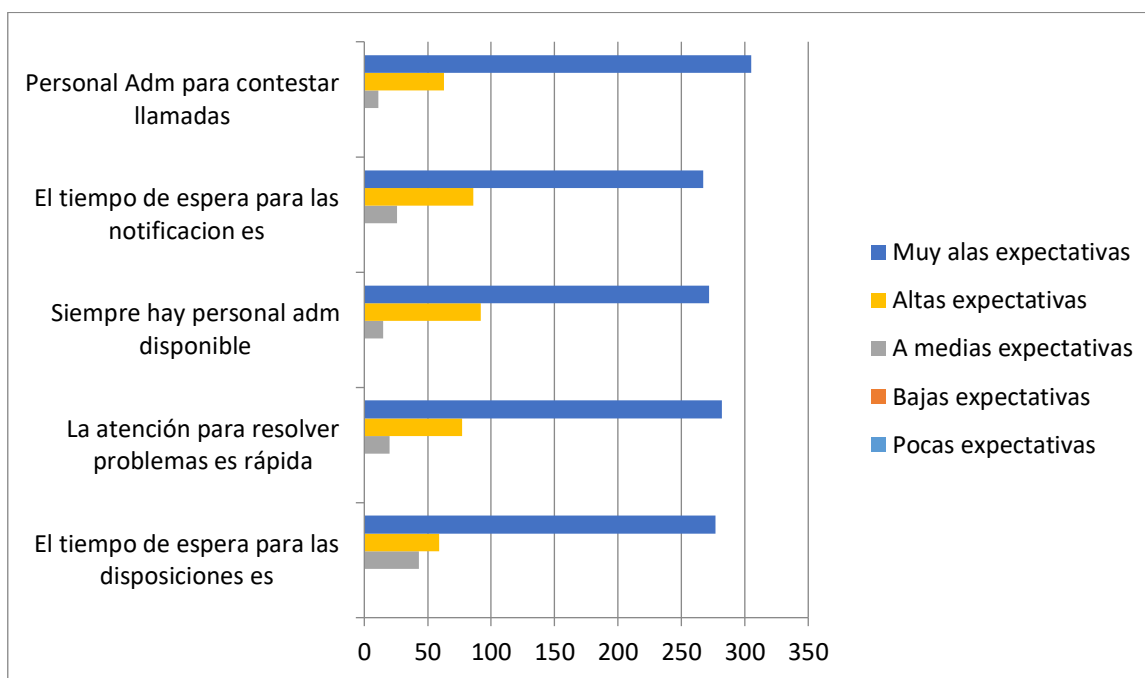
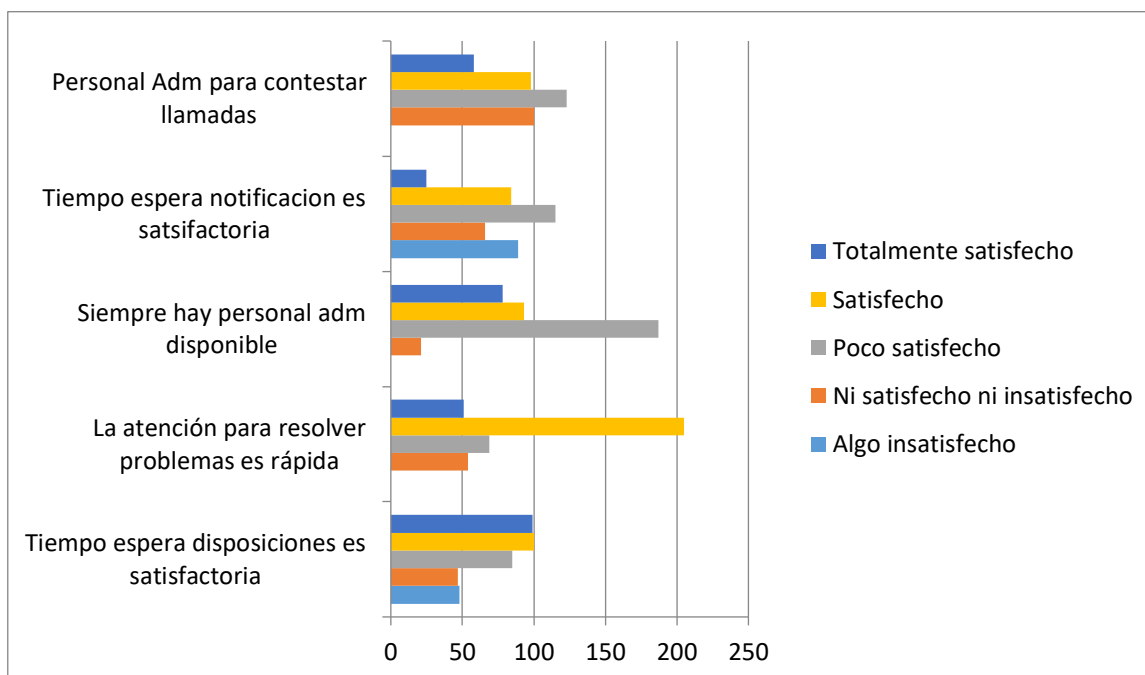


Gráfico N° 06 Percepción GAP 03



Fuente: Encuestas

Elaboración: Pedro Orlando Bendezú Chacaltana

En la dimensión Capacidad de Respuesta en el rubro Expectativa; El tiempo de espera para las disposiciones 277 personas respondieron que sienten expectativas muy altas, 59 altas y 43 a medias. En el punto la atención para resolver problemas es rápida 282 encuestados manifestaron que se encuentran con muy altas expectativas, 77 altas y 20 a medias. En la opción siempre hay personal administrativo disponible en el Despacho Fiscal 272 sujetos de estudio refieren que están con muy altas expectativas, 92 altas y 15 a medias. En el punto El tiempo de espera para las notificaciones es satisfactorio 267 usuarios expresan muy altas expectativas, 86 altas y 26 medias expectativas. En el subtema Siempre hay personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas 305 individuos opinan que su estado es de muy altas expectativas, 63 altas y 11 a medias expectativas.

En la dimensión Capacidad de Respuesta en el rubro Percepción; El tiempo de espera para las disposiciones 99 personas respondieron que se sienten totalmente satisfechos, 100 que satisfechos, 85 que poco satisfechos, 47 que ni satisfechos ni insatisfechos y 48 que algo insatisfechos. En el punto La atención para resolver problemas es rápida 51 encuestados manifestaron que se encuentran totalmente satisfechos, 205 que satisfechos, 69 que poco satisfechos y 54 que ni satisfechos ni insatisfechos. En la opción Siempre hay personal administrativo disponible en el Despacho Fiscal 78 sujetos de estudio refieren que están totalmente satisfechos, 93 que satisfechos, 187 que poco satisfechos y 21 que ni satisfechos ni insatisfechos. En el punto El tiempo de espera para las notificaciones es satisfactorio 25 usuarios expresan que su satisfacción es total, 84 que satisfechos, 115 que poco satisfechos, 66 que ni insatisfecho ni satisfecho y 89 que algo insatisfechos. En el subtema Siempre hay personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas 58 individuos opinan que su estado es de total satisfacción, 98 que satisfechos, 123 que poco satisfechos, 100 que ni satisfechos ni insatisfechos.

En el GAP N° 03 el 74.40% manifiesta altas expectativas en el aspecto de la aptitud para contestar los requerimientos y procedimientos. Se aprecia un deseo alto por la prestación de la rapidez y eficacia para absolver las dudas y necesidades del usuario. Observamos a diario como la población se queja de la mala atención y la insatisfacción en el cumplimiento de sus demandas y necesidades, la calidad del servicio debe ser un programa situado en los planes desde el inicio del requerimiento del usuario para velar por el respeto de sus derechos acorde a lo proyectado, estas solicitudes pueden

medirse y los errores pueden subsanarse durante el proceso del servicio con procedimientos de mejora continua, se busca la excelencia en la gestión administrativa para cumplir con lo estipulado en las normas. Poca satisfacción muestra el 22.42% de usuarios quienes aguardan las disposiciones emitidas por el Fiscal, los largos tiempo de espera son los motivos más recurrentes en la insatisfacción de los individuos, aguardar una disposición es una situación incómoda cuando transcurren semanas o meses y se empieza a sentir de lejos la tan anhelada justicia, notar que la investigación avanza lentamente le baja el ánimo a las personas que ya no quieren colaborar con el proceso, el tiempo se valora intensamente, se impacientan rápidamente porque no ven cumplir sus derechos fundamentales. Ante una eventualidad que debe resolverse rápidamente el 54.61% de los usuarios se encuentran satisfechos, los problemas deben convertirse en fuente de mejoras, es importante que los equipos de trabajo estén preparados ante futuros problemas, muchas personas ocultan su molestia cuando no ven soluciones rápidas, la conclusión del usuario va a ser siempre que el Ministerio Público va a ser responsable del inconveniente y lo peor que puede suceder es ignorar lo ocurrido. El 49.60% manifiesta su poca satisfacción respecto a que siempre encuentra personal administrativo disponible en el Despacho Fiscal. El 30.60% refiere su poca satisfacción en relación a estar aguardando en su domicilio las notificaciones. El 32.98% aduce su poca satisfacción vinculado a que no existe personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas. Para el Ministerio Público lo esencial es obtener que la calidad del servicio percibida concuerde con lo que los usuarios esperaban, el adelanto de la calidad no se sustenta únicamente en planificación, dirección y retroalimentación, sino hay que ir avanzando en asertividad, cualidades personales, clima laboral, relaciones humanas. La calidad es una combinación de perfección, coherencia, eliminación de errores, cumplimiento de plazos, celeridad, cumplimiento de políticas, brindar un servicio bueno, agradar a los usuarios, servicio total a las personas. La calidad es un atributo de las personas, la gente de calidad produce servicios y bienes de calidad, es una actitud formada para alcanzar el éxito en lo servicios y tiene un impacto positivo sobre la organización y la ciudadanía.

## DIMENSIÓN: SEGURIDAD

Gráfico N° 07 Expectativa GAP 04

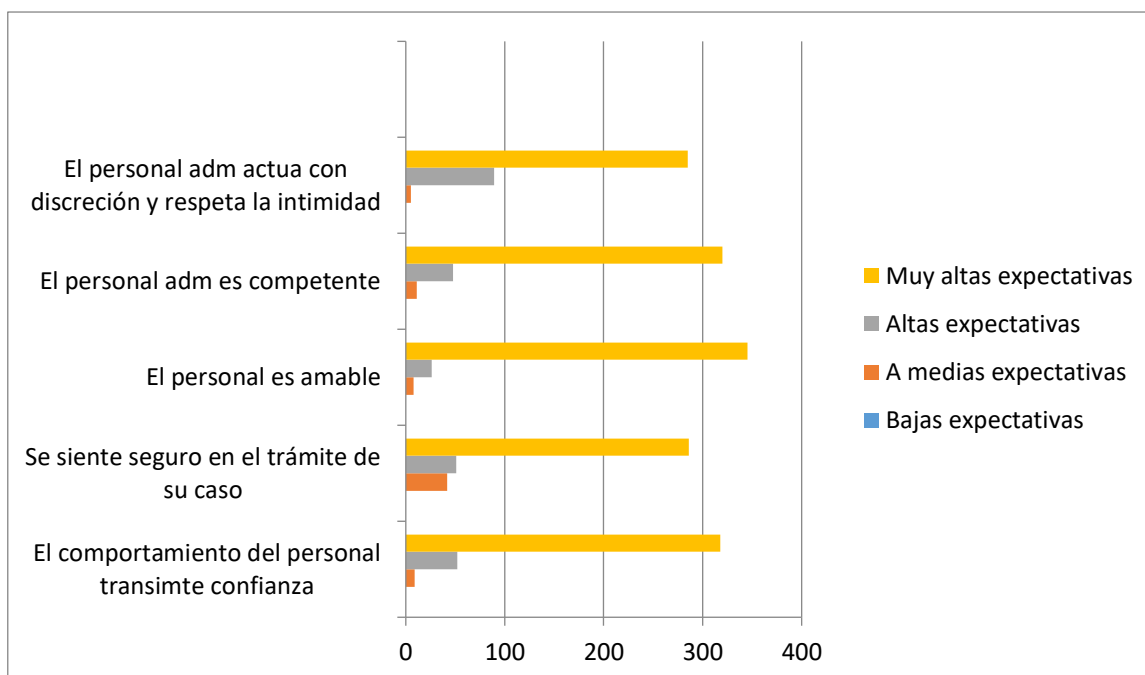
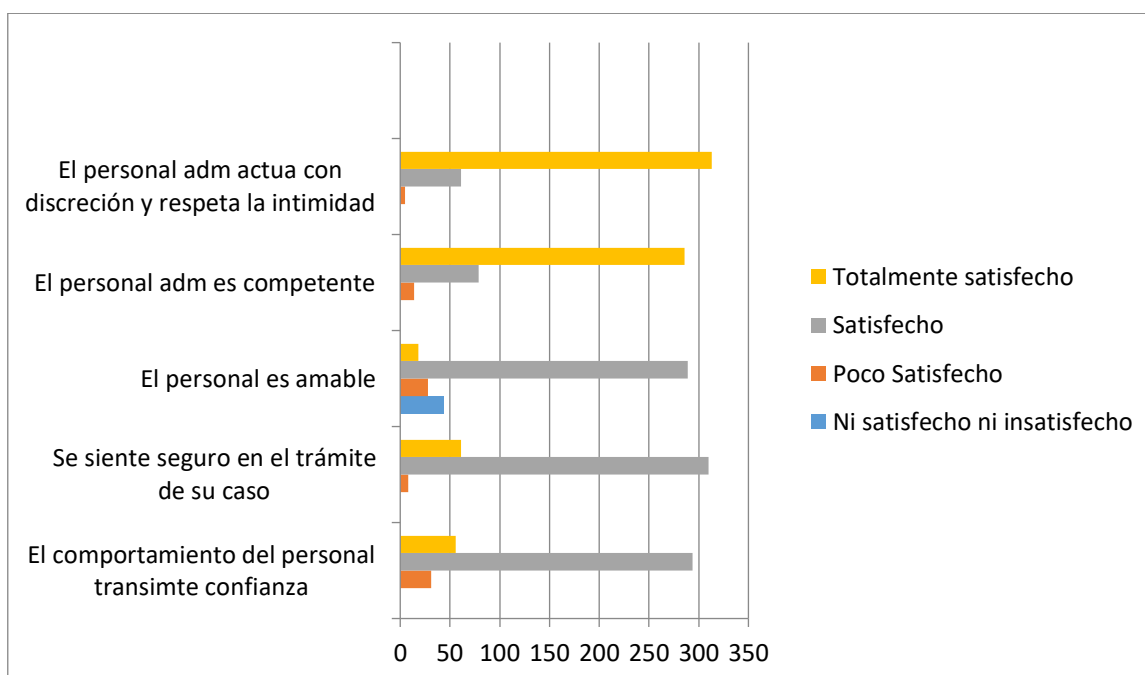


Gráfico N° 08 Percepción GAP 04



Fuente: Encuestas

Elaboración: Pedro Orlando Bendezú Chacaltana

En la dimensión Seguridad en el rubro Expectativa; El comportamiento del Personal Administrativo transmite confianza 318 personas respondieron que se sienten con muy altas expectativas, 52 con altas y 09 con medias expectativas. En el punto Se siente seguro en el trámite de su caso 286 encuestados manifestaron que se encuentran con muy altas expectativas, 51 con altas y 42 con medias expectativas. En la opción el Personal es amable 345 sujetos de estudio refieren que están con muy altas expectativas, 26 con altas y 08 con medias expectativas. En el punto el Personal Administrativo es competente 320 usuarios expresan muy altas expectativas, 48 altas y 11 medias expectativas. En el subtema el Personal Administrativo actúa con discreción y respeta la intimidad del usuario 285 individuos opinan que su estado es de muy altas expectativas, 89 altas y 05 medias expectativas.

En la dimensión Seguridad en el rubro Percepción; El comportamiento del Personal Administrativo transmite confianza 294 personas respondieron que se sienten totalmente satisfechos, 56 que satisfechos y 29 que poco satisfechos. En el punto Se siente seguro en el trámite de su caso 61 encuestados manifestaron que se encuentran totalmente satisfechos, 310 que satisfechos y 8 que poco satisfechos. En la opción el Personal es amable 18 sujetos de estudio refieren que están totalmente satisfechos, 289 que satisfechos, 28 que poco satisfechos y 44 que ni satisfechos ni insatisfechos. En el punto el Personal Administrativo es competente 286 usuarios expresan que su satisfacción es total, 79 que satisfechos, 14 que poco satisfechos. En el subtema el Personal Administrativo actúa con discreción y respeta la intimidad del usuario 313 individuos opinan que su estado es de total satisfacción, 61 que satisfechos y 5 que poco satisfechos.

El 83.64% de los encuestados aducen altas expectativas en relación a la convicción del desenvolvimiento del personal administrativo. La imagen institucional es un aspecto fundamental en el servicio, por ello es importante el correcto desenvolvimiento del personal administrativo. El 77.57% de los encuestados aduce que la conducta del personal administrativo irradia confianza lo que les produce satisfacción. La confianza es una de las bases clave de la fidelidad, el personal administrativo facilita información verificable, cruza datos con otras instituciones como RENIEC, SUNAT, SUNARP, posibilita que el usuario se comuniquen con la organización a través de otros canales como el correo electrónico y celular, evita cometer equivocaciones, es detallista, preciso y claro en el diálogo, el colaborador emite autoconfianza, conocimiento del

caso, actúa honestamente en todo momento, se expresa con objetividad. 82.05% usuarios manifiestan su satisfacción en relación a la garantía de la marcha de su caso fiscal. El usuario no está percibiendo con su vista lo que va a recibir, activa sus 5 sentidos cuando consume el servicio, si el agraviado no percibe que la Institución sabe lo que está haciendo, teme no recibir un buen servicio. Los servidores se destacan por su forma de actuar, logrando informar el estado del caso, las carpetas están claramente identificadas y ordenadas, además todo el equipo de un despacho sabe donde buscar un documento, con qué criterio se archiva, justifica todo lo que asiente con documentos, testimonios y resultados, de esta forma quien lo escucha tendrá elementos precisos para valorar la respuesta; ante los elogios o críticas del usuario sabe responder de forma profesional, sin involucrarse en discusiones furibundas. El 76.51% afirma su satisfacción respecto a la cordialidad con que se desplaza el personal administrativo. Los trabajadores emiten un trato respetuoso que va a permitir que las relaciones interpersonales fluyan de una forma más agradable, al ofrecer un trato afable se pueden vencer los momentos tensos con más tranquilidad, permite tener un acercamiento con el usuario. La comunicación paraverbal, es decir el tono, el énfasis, el timbre, los cambios de voz, el silencio, la sonrisa tiene un significado primordial y propagan la dimensión emocional de la conversación; la actitud se contagia por lo que la postura que se adopte afecta directamente la opinión del usuario. El 75.46% dice que siente satisfacción total a la aptitud profesional del personal administrativo. Los colaboradores están motivados y tienen una actitud mental positiva, haciendo un entorno laboral armonioso, dando lugar al desarrollo eficiente de la faena del día, demuestra sus labores con compromiso y responsabilidad, coloca un gran interés al instante de resolver conflictos demostrando inteligencia y psicología para resolverlos; la actitud y la aptitud se combinan para aplicarse en una acción, sin alegar la falta de oportunidades ni materiales. 83.11% responde con total satisfacción que el personal administrativo guarda absoluta reserva y tiene por principio el secreto profesional de los casos fiscales que observa. Los trabajadores no revelan lo conocido ya que la divulgación de información puede producir un resultado adverso en el caso.

## DIMENSIÓN: EMPATÍA

Gráfico N° 09 Expectativa GAP 05

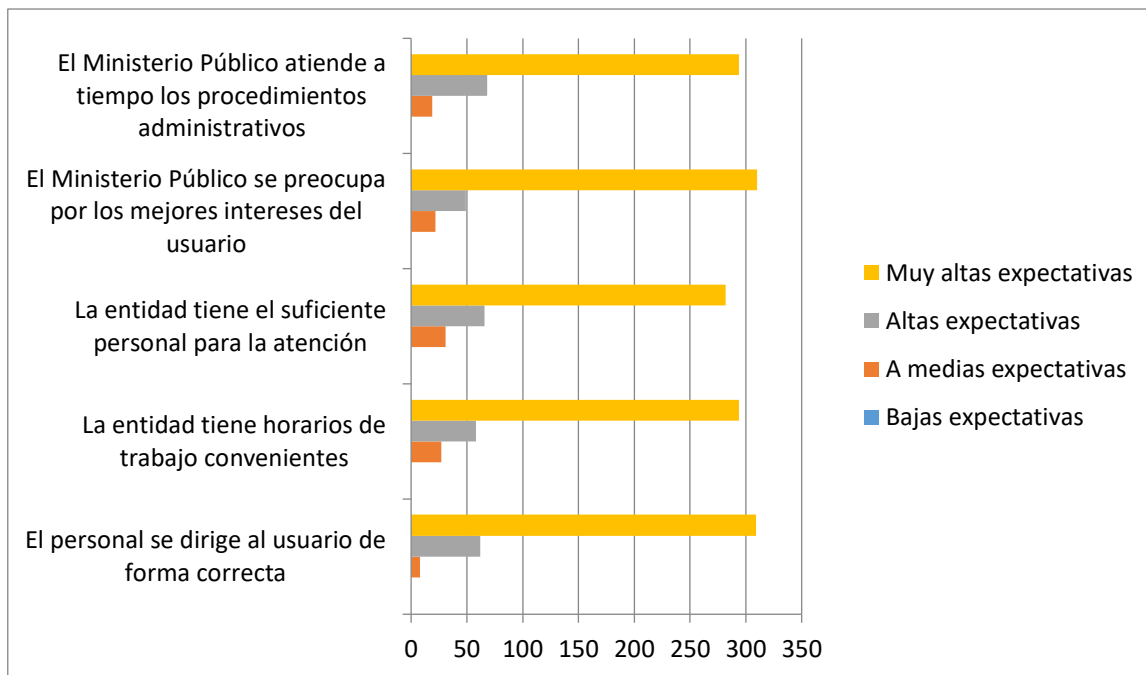
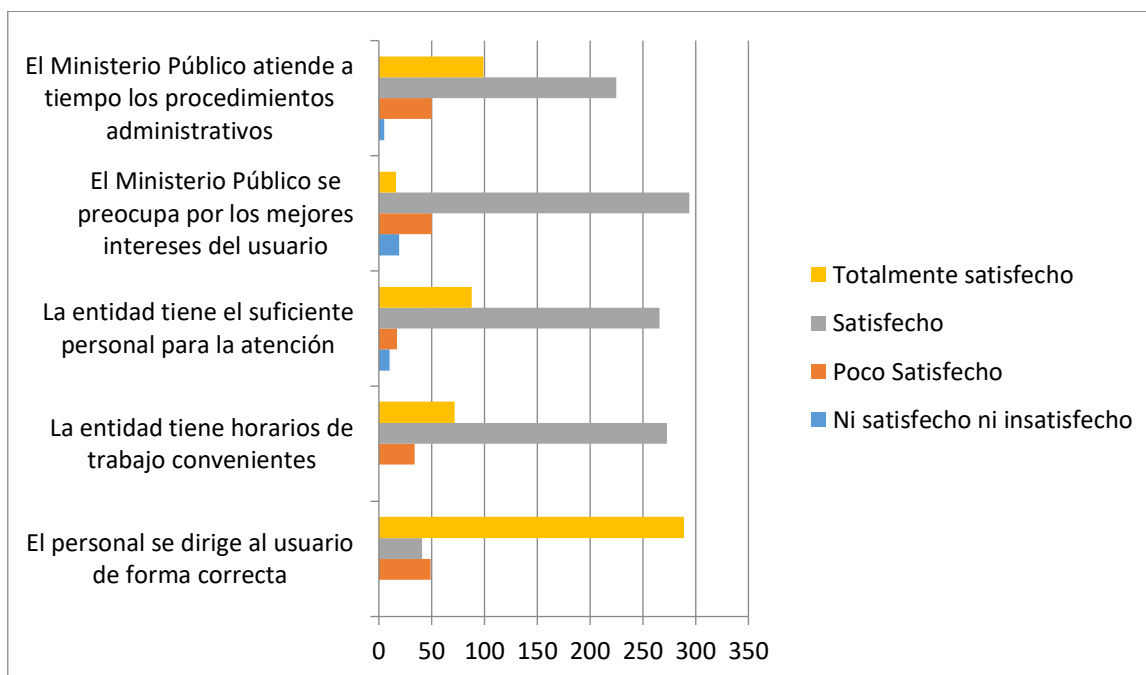


Gráfico N° 10 Percepción GAP 05



Fuente: Encuestas

Elaboración: Pedro Orlando Bendezú Chacaltana

En la dimensión N° 05 Empatía en el rubro Expectativas; El Personal se dirige al usuario de forma correcta 309 personas respondieron que se sienten con muy altas expectativas, 62 altas y 08 medias expectativas. En el punto la entidad tiene horarios de trabajo convenientes 294 encuestados manifestaron que se encuentran con muy altas expectativas, 58 altas y 27 medias expectativas. En la opción la entidad tiene la cantidad suficiente de personal para la atención personalizada 282 sujetos de estudio refieren que están con muy altas expectativas, 66 altas y 31 medias expectativas. En el punto el Ministerio Público se preocupa por los mejores intereses de los usuarios 308 personas expresan que sus expectativas son muy altas, 49 altas y 22 medias expectativas. En el subtema El Ministerio Público atiende a tiempo los procedimientos administrativos de los usuarios 292 individuos opinan que su estado es de muy altas expectativas, 68 altas y 19 medias expectativas.

En la dimensión N° 05 Empatía en el rubro Percepción; El Personal se dirige al usuario de forma correcta 289 personas respondieron que se sienten totalmente satisfechos, 41 que satisfechos y 49 que poco satisfechos. En el punto La entidad tiene horarios de trabajo convenientes 72 encuestados manifestaron que se encuentran totalmente satisfechos, 273 que satisfechos y 34 que poco satisfechos. En la opción La entidad tiene la cantidad suficiente de personal para la atención personalizada 88 sujetos de estudio refieren que están totalmente satisfechos, 264 que satisfechos, 17 que poco satisfechos y 10 que ni satisfechos ni insatisfechos. En el punto El Ministerio Público se preocupa por los mejores intereses de los usuarios 16 personas expresan que su satisfacción es total, 294 que satisfechos, 50 que poco satisfechos y 19 ni satisfechos ni insatisfechos. En el subtema El Ministerio Público atiende a tiempo los procedimientos administrativos de los usuarios 99 individuos opinan que su estado es de total satisfacción, 225 que satisfechos, 50 que poco satisfechos y 5 que ni satisfechos ni insatisfechos.

El 78.89% de las personas expresan muy altas expectativas en concordancia a la conexión, sintonía y afinidad que tiene el Ministerio Público con los usuarios. La predisposición del personal administrativo en atender al usuario se manifiesta en el nivel de comunicación y la comprensión de las necesidades del usuario, se emplea un trato igualitario a todas las personas, sin discriminación de ningún tipo, sin inclinaciones parciales a un particular, se interpreta jurídicamente lo que las partes desean, el usuario requiere ser asesorado, poseer información del proceso, requiere

una explicación acorde a la sencillez y en un lenguaje universal. El 76.78% de los encuestados responde que el personal administrativo es educado, cordial y conversa en forma apropiada. Los colaboradores brindan una atención personalizada poniendo atención a lo que el usuario expresa e identifica sus necesidades, con el fin de producir una disposición acorde a la legalidad, la insatisfacción del usuario se manifiesta a través de quejas en relación a una demanda por búsqueda de justicia. El 72.29% expresan su conformidad con el horario de atención de 07:30 am a 4:15 pm, establecido por el Ministerio Público. La atención optimiza el tiempo, evita el desgaste de tiempo en una declaración, el Fiscal utiliza sagazmente su agenda, existe un horario exacto para lectura de carpetas, entrega de copias fedateadas, reuniones con el Fiscal. Al satisfacer las necesidades se consigue un mayor valor institucional, es el punto de partida de la organización, se cuida la relación con el usuario en las distintas fases de la investigación, además se responden puntualmente a necesidades inusuales, los documentos normativos se encuentran publicados en intranet. El 70.18% refiere que el Ministerio Público cuenta con el potencial humano conveniente para asesorar personalmente a los usuarios, el colaborador permanece en el lugar de trabajo durante la jornada y en caso de diligencias, no lo hace por tiempo prolongado sino el necesario, no se le hace ningún favor al usuario sino se atiende por ser un derecho fundamental establecido en la Carta Magna. El 51.71% de los sujetos de estudio afirma que la Institución se interesa por las condiciones del usuario, se toman decisiones acertadas para atender al usuario no se cae en la apatía, inflexibilidad, desaire, evasivas ni soberbia. El 59.89% contesta que el Ministerio Público está pendiente y toma en consideración el tiempo establecido en los procedimientos administrativos de los usuarios, se eliminan la duplicidad de procesos, así como las actividades que no generan valor, disminuyendo errores, logrando metas con herramientas metodológicas que permitan un trabajo ordenado, paramétrico con una retroalimentación acorde. La optimización de procesos identifica, diseña, modela, monitorea, optimiza actividades a fin de lograr los objetivos estratégicos de la organización; un proceso defectuoso genera sobrecostos y pérdida de tiempo, organizar los procesos reduce costos obteniendo un mayor beneficio cuyo uso es fundamental para lograr los fines establecidos.

## **VII. CONCLUSIONES**

**7.1.** Existe una influencia significativa entre las variables calidad de servicio del personal administrativo que labora en el Ministerio Público – Distrito Fiscal de Ica y el índice de satisfacción del usuario; la calidad de servicio es una gran ventaja competitiva para alcanzar la satisfacción del usuario. El Ministerio Público considera muy importante brindar un servicio de calidad en condiciones dignas, este concepto se establece como un derecho de los usuarios y cómo se sienten al exigir su cumplimiento, considerando el avance de las sociedades modernas que se destacan por sus niveles de eficiencia. Existe un modelo mental en base a las siguientes condiciones: ser tratados como seres humanos, información oportuna, servidor comprometido y atención consistente. Las leyes son claras y cautelan una atención de calidad respetando los derechos esenciales de las personas y todo servidor conoce muy bien que el Ministerio Público es la entidad que vela por el cumplimiento de las leyes y que actúa como engranaje principal en el sistema de justicia de la Nación, junto al Poder Judicial, la Policía Nacional y el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Se aprecia un trato digno que los servidores comprenden cuando miran a los ojos, escuchan atentamente, saludan, aprecian comentarios, son cordiales con los usuarios; donde la presencia de la sonrisa o una actitud de alegría y una frase de saludo también es valorado por la ciudadanía no quedando el asunto en una rutinaria atención. Los trabajadores enfocan que el trato digno es una actitud igualitaria, donde el usuario aprecia la atención no discriminatoria a las personas por su condición social o de color de piel, raza, sexo u otro tipo. Un trato digno se enmarca en ponerse en los pies del usuario, apreciar un sincero interés por solucionar los casos fiscales. La población sabe muy bien que está en presencia de personas muy competentes, que han entrado a laborar mediante una evaluación rigurosa, reconocen los méritos profesionales aprecian sus conocimientos técnicos e imparcialidad. La infraestructura y el mobiliario interviene visualmente en las impresiones de los usuarios, la fijación de un ambiente limpio, ordenado y cuidado origina un enlace favorable entre la entidad y la comunidad.

**7.2.** El nivel muy alto de expectativas de los usuarios es de un valor de 5,00; examinando los resultados, el Personal Administrativo debe mejorar en sus áreas

críticas, tales como transmitir una confianza más plena, dirigirse con más corrección y la Alta Dirección debe incrementar el número de personal para la atención personalizada; por lo que la estrategia de calidad de servicio actual enmarca la estructura y funcionalidad institucional dentro de parámetros de cultura óptima para lograr la mejora continua en el servicio a la población; la percepción de los usuarios se establece en el crecimiento laboral del Ministerio Público, buenos resultados, cambio de actitud en el personal y reconocimiento de hacer bien las cosas desde un inicio. Existen espacios de trabajo que motivan al personal a cumplir con sus labores, como cursos, becas, prestaciones, obteniéndose conocimientos suficientes para organizar el trabajo, lo que ha permitido lograr una identificación con la búsqueda de justicia, tomando conciencia los servidores de que las faenas que realizan son muy valiosas. En el rubro elementos tangibles, la percepción favorable de los administrados se respalda en la moderna infraestructura, bienes muebles, instalaciones que otorguen comodidad, equipos en excelentes condiciones, presentación de los empleados, materiales a utilizar; los elementos tangibles se relacionan con el índice de satisfacción del usuario, porque con solo observar las personas configuran una opinión favorable. En el caso el equipo tecnológico es moderno, los usuarios lo toman en consideración pero es mucho más importante la atención del Personal Administrativo que poseer una computadora moderna. Las percepciones del servicio personal del Ministerio Público siempre estarán medidas por las relaciones y vivencias que se construye entre los trabajadores y los usuarios. La relación interpersonal permite al usuario satisfacer su deseo y necesidad de atención y al servidor, cumplir con una de sus funciones sociales más importantes, que es trabajar por el progreso de su Nación; desde el punto de vista psicológico el reconocimiento del valor de la relación usuario – servidor está asociado gnoseológicamente con la consideración en el mérito de la visión integral del ser humano, por lo que las normas de conducta, los principios éticos, la vocación de servicio, entre otros, son asimiladas por los usuarios y regulan su concepto de atención en el sistema de justicia, ya que el usuario de forma directa no se relaciona con la infraestructura ni los bienes, sino con los trabajadores de la entidad.

**7.3.** El índice de expectativas en el rubro de confiabilidad se observa que influye cabalmente con la satisfacción de los usuarios. La confianza establece que los

usuarios perciban credibilidad al Ministerio Público, la cual es consecuencia de un entorno laboral estable, el cumplimiento de políticas, interés en resolver problemas, evitar cometer errores y el hábito de brindar una excelente asistencia, aunque se evidencia que es necesario mejorar este aspecto. Los trabajadores interiorizan muy bien que la comprensión idónea de la relación entre servidor del Ministerio Público hacia el usuario, tiene gran relevancia en el ejercicio de la función pública, porque resulta imprescindible para el respeto de los principios establecidos en la Constitución como no discriminar, tratar con respeto, atender con prontitud, tener vocación de servicio. Constituye un aspecto primordial de orientación metodológica para alcanzar el objetivo de preservar la disposición de las personas a colaborar con la justicia. Es importante la observación del servidor en relación a los derechos humanos y justicia al atender a los usuarios, ya que el hombre es un ser biopsicosocial que merece un excelente estado de bienestar físico, mental y en comunidad. El Ministerio Público ofrece un buen servicio y atiende en un nivel bueno las necesidades de los usuarios, sin embargo puede mejorar el servicio, la entidad es consciente que en la presente coyuntura los usuarios son más exigentes y se requiere una mayor preparación para la atención personalizada.

**7.4.** Se establece una relación muy estrecha entre la capacidad de respuesta y el índice de satisfacción del usuario. Debido a que las personas cada vez exigen más una atención rápida y personalizada, donde resalta la actitud mental positiva, prestación oportuna, disposición de ayuda y dedicación de tiempo a responder preguntas. La calidad de servicio en el ámbito de la defensa de la legalidad, principio rector que promueve el Ministerio Público, se fundamenta en una atención humanitaria. Todo profesional se desempeña con un sentido altruista y en grado sumo es el servidor quien está al lado del usuario mucho más tiempo. En el ejercicio de las labores se presentan casos especiales, que conjuntamente enraizada en una formación profunda y un sentido del deber, acorde con su naturaleza trascendente, demandan una actitud empática, es decir la conducta de ayudar a la persona, en la que confluyen la capacidad intelectual, el afecto y la responsabilidad. El servidor es quien apoya las diligencias y atiende al usuario, de acuerdo a lo prescrito por el Fiscal. La formación profesional le permitirá accionar en el ejercicio de las labores, de tal modo que en el obrar se configura la actuación con ética. El servicio que presta un

trabajador por más sencillo que sea es la respuesta a lo que la sociedad requiere. El servidor desempeña un rol activo, junto al Fiscal, en la promoción de la defensa de las normas, con el uso de técnicas de atención que les permite aprovechar la presencia del usuario para motivarlo y que colabore eficazmente con la justicia.

**7.5.** Los resultados conforman una influencia muy alta entre la seguridad del personal administrativo y el índice de satisfacción del usuario. El personal administrativo transmite confianza, es seguro al realizar los procedimientos administrativos, es amable y conoce los temas jurídicos; las personas colocan sus inquietudes en manos del Personal del Ministerio Público y confía en que serán resueltos de la forma más equitativa. La búsqueda de justicia incide notablemente en el escenario nacional, permitiendo que la Institución incursione en la calidad del servicio como una de sus ventajas competitivas y progresivamente hace investigaciones a fin de eliminar debilidades respecto a la atención a la ciudadanía, favoreciendo el desarrollo organizacional, especialmente con una buena cultura de servicio lo que beneficia en el crecimiento de seguridad que los usuarios depositan en el Ministerio Público al iniciarse una investigación. Sin embargo algunos usuarios se sienten un poco insatisfechos porque el Personal no transmite confianza al 100%.

**7.6.** Se constituye una relación muy importante entre la empatía y el índice de satisfacción del usuario. Los trabajadores reflejan la capacidad de sentir y comprender las necesidades de las personas, fluye un seguimiento del caso, una supervisión constante de parte del Fiscal y del personal administrativo por cumplir con los procedimientos administrativos en un horario de atención adecuada. El servicio engloba un proceso muy complejo en el que se entrelazan todos los recursos de la organización y de la actitud que genera la entidad para satisfacer las necesidades de los usuarios. El servicio es un conjunto de actividades a disposición de la población donde las acciones son llevadas por seres humanos, lo que ocasiona en algunas veces que los servidores más competentes pueden tener días malos por muchas circunstancias y sin intención atienden con poca cortesía o cometen errores. La actitud y conducta que exprese un servidor es el lazo de éxito o fracaso de la relación entre el Ministerio Público y la ciudadanía, por lo que cada colaborador es consciente de integrar un excelente equipo de trabajo donde la actitud laboral se manifiesta en todas

las escalas y departamentos de la entidad, notándose una conciencia estable de calidad de servicio.

## **VIII. RECOMENDACIONES**

**8.1.** La Alta Dirección del Ministerio Público debe incentivar el espíritu servicial, el cual dispone al personal de la Institución a enfocarse en la riqueza potencial que es servir a la Nación. El Espíritu de Servicio se vincula con la dicha humana de atender a la población y pertenecer al aparato estatal: calidad de atención, trabajo en equipo, relaciones interpersonales. La actividad encaminada a lograr la satisfacción plena del usuario en la calidad del servicio se da a través del estímulo en conocimientos y buenos hábitos morales y técnicos, lo que origina un buen servicio basado en valores como la prudencia, justicia, lealtad, laboriosidad, respeto, sacrificio, diligencia y confianza. La toma de conciencia del Servicio es el camino preferente para enraizar y conducir los aspectos humanos y laborales hacia una integración armoniosa del bien común. Un Espíritu servicial construye un cambio social, tan reclamado por la nación peruana, consolida un mecanismo de colaboración activa por parte de los agraviados para esclarecer los acontecimientos en un posible hecho punible, moldea un ambiente de bienestar social y respeto cabal por los derechos establecidos en nuestra Carta Magna.

**8.2.** La Gerencia Central de Potencial Humano debe establecer políticas de estímulo y motivación al servidor. Ofrecer satisfacciones en el plano del clima y la cultura organizacional fomentan trabajadores competitivos que van a contribuir al logro de objetivos. Tomar a los servidores en cuenta en el plano personal y familiar los hacen participar activamente en las labores generando mayor compromiso, esfuerzo y dedicación. Reconocer el esmero de los trabajadores lo harán sentirse importante y parte del engranaje del Sistema de Justicia. Generar expectativas de reconocimiento genera que los empleados sientan que los funcionarios los escuchan y aprecian por su buen rendimiento, además de percibir que la Institución cuenta con un objetivo y un rumbo definidos. Proyectar una imagen institucional fuerte nace con el trato cara a

cara de los servidores a la ciudadanía, originando así una opinión general de la población de confianza, solidez, progreso, modernidad hacia el Ministerio Público, lo que conlleva a un clima social de seguridad y estabilidad física y psicológica en un lugar donde las autoridades saquen cara por sus congéneres.

**8.3.** La Gerencia General debe efectuar procesos de medición de la satisfacción del usuario de manera semestral; la satisfacción es un fenómeno que busca una participación fluida entre trabajador – usuario para hacer un entorno responsable, respetando los derechos de las personas, la cual se traduce en el diseño de acciones concretas para que el servidor tenga actitudes positivas y el usuario tenga un comportamiento consecuente con ellas. La Alta Dirección debe establecer una encuesta de satisfacción al usuario 02 veces al año para detectar problemas, ayudando a descubrir y abordar imprevistos de forma proactiva mejorando la satisfacción y la productividad. Los cuestionarios se vienen aplicando en razón de 01 vez al año, lo cual es un periodo muy espaciado, en consecuencia se deben realizar 02 veces al año a nivel nacional, para evitar acumular problemas y detectar errores a tiempo, cumpliendo con los lineamientos de mejora de la calidad, los cuestionarios deben efectuarse de forma personal y no vía web, lo último no permite tener un control de respuestas, donde los administradores deben predisponer al usuario para que manifiesten su opinión y evitar inmiscuirse en dilemas personales que solo distorsionan los resultados.

**8.4.** Canalizar un nexo más fuerte entre Ministerio Público y la población. Las necesidades de las personas son individuales, crecientes y cambiantes en el tiempo, cobra mucha más fuerza el avance de las sociedades en temas de calidad de servicio. A veces el sistema de trabajo no es eficiente y las situaciones conflictivas pueden mejorarse a partir de evaluaciones constantes para identificar oportunidades de desarrollo orientando a lograr el máximo beneficio a la ciudadanía. El servidor es un apoyo constante en el diario trajín que atraviesa una persona la cual ha visto vulneración en sus derechos. El lazo fundamental que se origina entre los agraviados y los colaboradores es la base para la participación activa en las diligencias promovidas por el despacho fiscal, así que el énfasis en el trato personal se basa en eficiencia, amabilidad y aptitud. Vocación de servicio es la aspiración más noble que

tiene que poseer todo asistente en función fiscal y asistente administrativo, por ello insertar actividades de proyección social, eventos de capacitación, responsabilidad social, asesoría jurídica, cultura legal son acciones que van a llevar a una población a formar una opinión y sentimiento de satisfacción.

**8.5.** La Oficina de Administración del Distrito Fiscal debe promover cursos en atención al usuario. En el camino por lograr la excelencia y otorgar un servicio de calidad que les permita cumplir con los objetivos institucionales, el Ministerio Público debe enfocarse en las relaciones interpersonales del colaborador hacia el usuario, dicho compromiso demanda tener un personal calificado, poseedor de conocimientos, destrezas y actitud que giran alrededor de la atención al usuario, buscando satisfacer la demanda de la población y que ello se traduzca en una fidelización por parte del agraviado hacia la organización. Los cursos deben tocar temas como saber atender a aquellas personas que se salen de sus casillas, altaneros, prepotentes y malgeniados. Ampliando los temas a nuevos enfoques de calidad de servicios, cómo superar las expectativas de los usuarios.

#### **8.6. Propuesta.**

La presente propuesta implica de manera activa y dinámica al personal administrativo del Ministerio Público, Distrito Fiscal de Ica, capacitándolos para mejorar la atención, potenciar las funciones, fortalecer la calidad de las labores, optimizar el clima organizacional y acrecentar el buen nombre de la Institución. Con la ejecución del presente Plan se busca que el Ministerio Público adquiera reconocimiento, un personal altamente motivado y cumplir con las políticas de calidad en el servicio al usuario. Para la formulación del plan se utilizó el Ciclo dinámico PHVA (elaborado por Deming: Planear, Hacer, Verificar y Actuar)

### **Plan de capacitación en Calidad de Servicio del Ministerio Público – Distrito Fiscal de Ica**

**Presentación.** La capacitación es un proceso educacional de carácter estratégico, adaptado de forma organizada, a través del cual los servidores adquieren técnicas, actualizan conocimientos, desarrollan destrezas, relacionadas a la calidad del servicio, para modificar ciertas actitudes con la finalidad de brindar satisfacción al usuario y

crear un ambiente laboral óptimo para la consecución de objetivos. El Ministerio Público promueve la capacitación de sus servidores de forma continua, además incita la conducta responsable del usuario y responsabilidad social, que se fundamenta en 04 pilares básicos:

- Inducción: Integra ética y formativamente al nuevo personal a la Entidad.
- Capacitación Preventiva: Actualiza constantemente al servidor.
- Capacitación Correctiva: Modificar conductas establecidas en las evaluaciones de desempeño.
- Capacitación para el Desarrollo: Adquisición de nuevos conocimientos y destrezas.

La ejecución del Plan de Capacitación asegura que los servidores reforzarán conocimientos académicos y sabrán aplicar diversas técnicas frente a la calidad de servicio, el Plan de capacitación incluye a los servidores de modalidad 728, 276, 1057, practicantes y secigristas.

**a) Misión.** Desarrollar conocimientos y destrezas mediante un proceso estructurado la autorrealización de los servidores en un crecimiento integral para realzar la reputación del Ministerio Público, buscando la satisfacción completa del usuario

**b) Visión.** Propiciar uniformidad en el trabajo, facilitando el clima laboral para cumplir estándares de calidad en el servicio al usuario e incorporando buenas relaciones interpersonales

**c) Valores.** Calidad, Mejora Continua, Confianza, Formación Constante, Respeto, Comunicación Fluida.

**d) Objetivo General.** Formalizar un proceso continuo, metódico y planificado, orientado a realzar conocimientos que se transformen en habilidades y actitudes para implementar una cultura de mejoramiento relacionada a un buen servicio al usuario.

**e) Objetivos Secundarios.**

- Fomentar una excelente Imagen Institucional, manteniendo la presencia de la Institución en la conciencia del usuario.

- Promover los intereses y necesidades de los usuarios.
- Educar al usuario para acentuar conductas responsables.

**f) Metas.**

- Capacitar a todos los servidores que prestan labores en el Ministerio Público – Distrito Fiscal de Ica en calidad de servicio, impartiendo eventos académicos de 08 horas al mes.
- Efectuar un evento de acercamiento a la población en el Distrito Fiscal de Ica de 08 horas al mes.

**g) Estrategias.**

- Asumir un rol de participación y cooperación en el proceso de aprendizaje a través de dinámicas que le permitan exponer e intercambiar ideas, aportes, propuestas y experiencias con los compañeros.
- Reforzar y actualizar conocimientos, potenciando el talento humano mediante especializaciones para el desarrollo integral de la persona.
- Educar al usuario para que se conduzca de forma responsable en una investigación realizada por el Ministerio Público.

**h) Acciones a desarrollar.**

Métodos de Formación.

Cursos presenciales y virtuales, Talleres, Focus Group, Pasantías, Conferencias, Charlas informativas a los usuarios, eventos de acercamiento a la población.

Temarios.

El usuario como factor principal de las organizaciones: expectativas y percepciones.

Rasgos del gestor del servicio al usuario.

Edificación de relaciones interpersonales con el usuario.

Estándares de calidad en la atención al usuario.

Proceso integral de la prestación del servicio al usuario.

Cultura de satisfacción en el servicio. Clima Organizacional.

El Valor agregado del servicio para el Sistema de Justicia.

Estrategias de medición y análisis para implementar un servicio efectivo.

Técnicas de atención, Asertividad, Dinámica de la Comunicación.  
Manejo de reclamos y objeciones.

Horas lectivas: 08

Expositor: Administrador del Ministerio Público.

Identidad e Imagen Institucional, posicionamiento, imagen y reputación.

Formación y fortalecimiento de la Imagen Institucional.

Principios de la Comunicación de la identidad corporativa.

Dimensiones de la Imagen, valores, atributos, personalidad.

Ceremonial, Precedencias, Protocolo, Organización de eventos.

Plan, Producción, promoción y difusión de un evento.

Relación con los medios de comunicación.

Horas lectivas: 08

Expositor: Especialista de Imagen Institucional.

Usuario Responsable:

Misión, Visión, Objetivos del Ministerio Público.

Las labores del Ministerio Público.

Respeto a las leyes e Instituciones.

Horas lectivas: 08

Expositor: Personal Administrativo del Ministerio Público.

Programas

Integrar los valores éticos y morales en función como servidores del Estado.

Trabajar con motivación, profesionalismo y autorrealización.

Aplicar hábitos de efectividad laboral.

Modificar actitudes enfocándose en la dignidad personal.

### **i) Recursos.**

Humanos: Expositores: Funcionarios y Servidores del Ministerio Público, entre los cuales hay abogados, administradores, economistas, contadores, ingenieros de sistemas. Asistentes: Usuarios y población en general.

Materiales: Los eventos académicos y de acercamiento a la población se realizarán en el Auditorio Principal del Ministerio Público – Distrito Fiscal de Ica, sito en Av. Los Maestros Km 303, Urb. Arco Real, Ica, Ica, Ica. Se repartirán materiales de escritorio y estudio, fotocopias. Se emitirán los respectivos certificados.

**j) Financiamiento.**

El monto de inversión del presente plan de capacitación, serán financiados con los Fondos para Pagos en Efectivo del Ministerio Público.

**k) Monitoreo y Evaluación.**

Evaluaciones Personales, encuestas a los usuarios y entrevistas a los servidores.

**l) Competencias**

Competencias específicas. Son las relaciones con aspectos técnicos directamente relacionados a la ocupación en él.

<b>Competencias específicas</b>	<b>Indicador de logro</b>
Incremento de rendimiento y desempeño	Evaluación
Calidad del servicio	Encuesta
Mayor sensación de fuerza de trabajo	Entrevista
Repertorio diverso de habilidades	Entrevista

Competencias genéricas o transversales. Relacionadas a los comportamientos y actitudes laborales propios que el beneficiario desarrollará en la actividad formativa laboral. Por ejemplo: Trabajo en equipo, comunicación, etc.

<b>Competencias genéricas/transversales</b>	<b>Indicador de logro</b>
Amplitud profesional	Encuesta
Sensibilización y compromiso con el logro de objetivos	Entrevista
Operativizar técnicas de relaciones interpersonales	Encuesta

**m) Presupuesto.**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Viáticos	100	S/. 90.00	S/. 9,000.00
Material de escritorio y estudio	Varios	S/. 20.00	S/. 10,000.00
Certificados	150 por curso	S/. 1.00	S/. 3,600.00
Imprevistos	Varios	S/. 180.00	S/. 3,600.00
			S/. 26,200.00

**n) Cronograma.**

Actividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Inducción: Labores del Ministerio Público	-						-					
Seminario: Calidad en el Servicio	-		-		-		-		-		-	
Conferencia: Cultura Organizacional		-		-		-		-		-		-
Taller: Relaciones Humanas	-			-			-			-		
Curso: Relaciones Públicas		-			-			-			-	
Evento de acercamiento a la población			-			-			-			-
Evento: Conociendo al Ministerio Público	-			-			-			-		
Focus Group: Clima laboral			-			-			-			-
Conferencia: Administración por Valores	-				-				-			
Charla: Rol del Ministerio Público		-				-				-		
Seminario: Imagen Institucional			-			-			-			-

## **IX. FUENTES DE INFORMACIÓN.**

- 9.1.** Carrió, M. (2010) *Gestión de la Reputación Corporativa*. Editorial Libros de Cabecera. Barcelona, España.
- 9.2.** Ceballos, R. (2007) *Administración del Servicio de Atención al Usuario*. 2 Edición. Editorial Atienza. Madrid, España.
- 9.3.** Chiavenato, I. (1995) *Introducción a la Teoría General de la Administración*. 2 Edición. Editorial Mc raw Hill. Bogotá, Colombia.
- 9.4.** Colunga, C. (1995). *La Calidad en el Servicio al Cliente*. 1ra. Edición. Panorama Editores, México D.F., México.
- 9.5.** Deming, E. (1989) *Calidad, Productividad y Competitividad: La salida de la crisis*. Editorial Diaz de Santos, México D.F., México.
- 9.6.** Egleir, P. y Langeard, E. (1989) *Servucción: El Marketing de Servicios*. McGrawHill Interamericana Editores. México D.F., México.
- 9.7.** González, R. (1992) *Un análisis de la participación en el trabajo en los círculos de calidad*. Revista Psicológica de Trabajo Organizacional. México D.F. México.
- 9.8.** Gronroos, C. (1988) *Las Nuevas Competencias de la Economía del Servicio: Las 5 Reglas del Servicio*. International Journal of Operations & Product Management. Vol. 8. Issue: 3, pp 9 – 19.
- 9.9.** Gronroos, C. y Gummesson, E. (1987) *Calidad de Productos y Servicios: Una síntesis tentativa entre dos modelos*. Documento presentado en la Asociación Americana de Marketing durante la Sexta Conferencia Anual de Servicios de Marketing.

- 9.10.** Gummesson, E. (1978) *Hacia una Teoría del Marketing de Servicios Profesionales*. Industrial Marketing Management. Vol. 7 (2).
- 9.11.** Horovitz, J. (1990). *La Calidad del Servicio: A la Conquista del Cliente*. Editorial Mc Graw Hill. Madrid, España.
- 9.12.** Hurtado, José (1983) El Ministerio Público [En línea] [http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/obrasjuridicas/oj\\_20080609\\_03.pdf](http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/obrasjuridicas/oj_20080609_03.pdf). Accesado Enero 2016.
- 9.13.** León, D. (2011) *Lecciones de Derecho Público general: Impartidas en la facultad de Derecho de la Universidad egipcia los meses de enero, febrero y marzo de 1926*. Editorial Marcial Pons. España.
- 9.14.** Lethinen, U. Lethinen J. (1991) *Dos aproximaciones a las Dimensiones de la Calidad del Servicio*. The Service Industrial Journal, Vol. 11 (3).
- 9.15.** Londoño, A. (2010) *Gestión de la Identidad Empresarial. La Imagen Corporativa al Interior de su Organización*. 3 Edición. Icontec International. Bogotá, Colombia.
- 9.16.** Navarrete, H. (2009) *Gerencia de la Calidad Total*. 2 Edición. Ediciones CERLAC. Bogotá, Colombia.
- 9.17.** Parasuraman, A. Berry, L. Zeithaml, V. (1991) *Calidad de Servicio percibida como medida de desempeño basada en el cliente: un examen empírico de las barreras organizacionales y un modelo de calidad de servicio extendido*. Administración de Recursos Humanos, Vol. 30 (3).
- 9.18.** Parasuraman A. Zeithaml Valerie, & Berry Leonard Y. *Un Modelo Conceptual de Calidad del Servicio y sus Implicaciones para la Investigación Futura*. Journal of Marketing. Vol. 49.

- 9.19.** Porter, M. (1991) *Hacia una Teoría Dinámica de la Estrategia*. Strategic Management Journal, 12, pp. 95 – 117.
- 9.20.** Setó, D. (2004) *De la calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente*. ESIC Editorial. Madrid, España
- 9.21.** Summers, D. (2006) *Administración de la Calidad*. Editorial Pearson. México D.F., México.
- 9.22.** Tschohl, J. (2007) *Servicio al cliente: El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Editorial PAX. México D.F., México.
- 9.23.** Zeithaml, V. Berry, L. Parasuraman, A. (1988) *Comunicación y Control de Procesos en la entrega del Servicio de Calidad*. Journal of Marketing, vol. 52.
- 9.24.** Zeithaml, V. Parasuraman y Berry (1992) *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Editorial Díaz de Santos. México D.F., México.
- 9.25.** Zeithaml, V. Bitner, M. (2002) *Marketing de Servicios*. Mc Graw Hill Interamericana, México D.F., México.

## X. ANEXOS

### Cuestionario de Expectativas del Servicio.

Estudio: "INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL MINISTERIO PÚBLICO EN EL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO, ICA, 2015".

Investigador: Pedro Orlando Bendezú Chacaltana, DNI 41594703.

Le solicitamos su colaboración, agradeciendo respuesta y marque con una X la alternativa que mejor crea conveniente, donde 1 es el menor valor y 5 el máximo puntaje de expectativas, los datos son confidenciales.

5 significa: "Muy altas expectativas", 4: "Altas expectativas", 3: "A medias expectativas", 2: "Bajas expectativas", 1: "Pocas expectativas".

Edad: \_\_\_\_\_ N° Celular: \_\_\_\_\_  
N° Caso: \_\_\_\_\_ Delito: \_\_\_\_\_ Fiscal responsable: \_\_\_\_\_

Grado de Instrucción:

Primaria                      Secundaria                      Técnico                      Superior

DIMENSION 1	VALORES				
ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
¿Las instalaciones son cuidadas y aptas para el servicio?					
¿El equipo tecnológico es moderno?					
¿El personal administrativo se encuentra debidamente identificado?					
¿El despacho fiscal se encuentra debidamente organizado?					
¿El personal administrativo se encuentra debidamente uniformado?					

DIMENSION 2	VALORES				
CONFIABILIDAD	1	2	3	4	5
¿Los servicios de la página web ayudan a solucionar los problemas?					
¿Cuando un usuario tiene dudas el personal Administrativo muestra un sincero interés en solucionarlo?					
¿Existen errores en las disposiciones fiscales?					
¿La Entidad cumple con los procedimientos administrativos a tiempo?					
¿Existen errores en las notificaciones?					

DIMENSION 3	VALORES				
CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5
¿El tiempo de espera para las disposiciones es satisfactorio?					
¿La atención para resolver problemas es rápida?					
¿Siempre hay personal administrativo disponible en el Despacho Fiscal?					
¿El tiempo de espera para las notificaciones es satisfactorio?					
¿Siempre hay personal administrativo disponible para contestar las llamadas telefónicas?					

DIMENSION 4	VALORES				
SEGURIDAD	1	2	3	4	5
¿El comportamiento del Personal Administrativo transmite confianza?					
¿Ud. se siente seguro en el trámite de su caso?					
¿El Personal es amable?					
¿El Personal Administrativo es competente?					
¿El Personal Administrativo actúa con discreción y respeta la intimidad del usuario?					

DIMENSION 5	VALORES				
EMPATIA	1	2	3	4	5
¿El Personal se dirige al usuario de forma correcta?					
¿La entidad tiene horarios de trabajo convenientes?					
¿La entidad tiene la cantidad suficiente de personal para la atención personalizada?					
¿El Ministerio Público se preocupa por los mejores intereses de los usuarios?					
¿El Ministerio Público atiende a tiempo los procedimientos administrativos de los usuarios?					