

LA IDENTIDAD Y SU CORRELACIÓN CON LA CALIDAD EN EL SERVICIO EN UNA DIRECCIÓN MUNICIPAL

Jesús Guillermo Sotelo Asef, Universidad Juárez del Estado de Durango, Centro de Estudios UNIVER Durango
Manuela Vargas Hernández, Centro de Estudios UNIVER Durango

RESUMEN

La identidad es el grado de identificación que tienen los trabajadores con la organización como una forma de pertenencia común, en donde la organización es percibida como un colectivo auto referencial en base en sí mismos, cuya base son sus valores, principios, costumbres y conocimientos, es por ello que entre más identidad se genere con la organización, mayor y mejor es el desempeño de sus colaboradores. Este estudio es de naturaleza no experimental, transversal, cuantitativa, de tipo descriptivo y correlacional, a través de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento de medición a 49 trabajadores del Juzgado Administrativo Municipal; el estudio correlacional se realizó basado en los análisis estadísticos del coeficiente de Pearson. De acuerdo a los resultados obtenidos, se determinó que los trabajadores perciben de manera positiva la identidad y la calidad en el servicio, así mismo, que existe un alto grado de correlación positiva entre las propias dimensiones de la calidad; de igual manera, para la identidad y las dimensiones de la calidad se puede determinar que los resultados de la correlación de Pearson, son positivas, ya que comparten elementos que cumplen con una prueba de .850 la más baja y .895 la más alta, lo que identifica un alto nivel de confiabilidad.

PALABRAS CLAVE: Identidad, Calidad en el Servicio y Dimensiones de la Calidad

IDENTITY AND ITS CORRELATION WITH THE QUALITY OF SERVICE IN A MUNICIPAL DEPARTMENT

ABSTRACT

Identity is the degree of identification that workers have with the organization. It is a way of common belonging, in which the organization is perceived as a self-referential collective. The collective is based in themselves, which is based on their values. Therefore, the more individuals identity with the organization, the better the performance of co-workers. This research is none-experimental, transversal, quantitative, and correlational. Data were obtained by the application of a survey of 49 workers in the country's administrative judgment. The correlational study was conducted based on Pearson's correlation coefficient. Results show the workers perceive, in a positive way, the quality and identity in the service. There exists a high level of positive correlation among the quality dimensions. Results regarding identity reveal that the Pearson's correlations are positive. They share elements which indicate a high level of reliability.

JEL: M14

KEYWORDS: Identity, Service Quality and Quality Dimensions

INTRODUCCIÓN

El compromiso de una organización se relaciona con la identidad organizativa; un estudio realizado en diversas organizaciones, establece que la productividad y la correcta dirección del personal dentro de las mismas, se convierten en elementos clave de la subsistencia en el tiempo de estas, por lo que las variables que intervienen en estos procesos son relevantes al momento de realizar un diagnóstico organizacional; es por ello que la identidad del trabajador con la organización, ocupa un lugar preferente, cuando las aspiraciones de los individuos que componen una organización están alineados o son compatibles con los de la organización, genera un mayor compromiso e implicación de cada miembro, este es el reto de una organización que aprende y alcanza metas (Peña, Díaz, & Carrillo, 2015).

Por tal motivo, es importante conocer cómo influye la identidad de los trabajadores de esta Institución con la calidad en el servicio. Es decir, si los trabajadores perciben que su participación dentro de la organización se hace tomando en cuenta necesidades, respeto, autonomía e imagen; de igual manera, si los trabajadores se sienten conectados y aceptados en la Institución; además, si dentro de la misma, los trabajadores observan el valor de la lealtad, es decir, si están dispuestos a renunciar o a hacer con sacrificio acciones por el bien de la Institución. Es importante también, conocer la percepción de los trabajadores sobre las dimensiones de Calidad en el Servicio; para lo cual se utilizó un instrumento de medición para recoger información de las dimensiones sobre las variables de Identidad y Calidad en el Servicio, a través de una serie de preguntas. Es necesario contar con bases sólidas para la realización de una planeación estratégica y administrativa, no solo dentro del JAM, sino en otros Organismos Gubernamentales que ofrezcan servicios, y de esta manera comprender la importancia de lo que significa y cómo impacta la identidad al interior de la organización en la calidad en el servicio que se ofrece dentro de las mismas, por lo que, es necesario poder realizar estrategias administrativas y acciones específicas que generen compromiso, sentido de pertenencia y lealtad con la Institución.

El propósito del presente estudio, es realizar un análisis sobre la percepción de la identidad de los trabajadores dentro de una Institución Gubernamental denominada, Juzgado administrativo Municipal, así como determinar la correlación de la identidad con la calidad en el servicio. Es por ello, que el presente estudio, se realiza con el fin de determinar si los trabajadores del Juzgado Administrativo Municipal, sienten que su participación dentro de la organización se hace tomando en cuenta sus necesidades e intereses y si se sienten parte de un equipo, para el cual observan lealtad. Por lo que, dicha investigación, enfoca sus trabajos en determinar si existe correlación entre la identidad y la calidad en el servicio. Al respecto, en la literatura se evidencia un gran debate sobre la forma como deben estar organizadas las instituciones y hacia donde deben enfocar sus esfuerzos para lograr desarrollar el sentido de identidad o pertenencia entre los trabajadores dentro de una institución; en este sentido, éste estudio trata de lograr una aproximación entre las relaciones causa-efecto de las variables identidad y calidad en el servicio respectivamente. Así mismo, se determinará la percepción de los trabajadores sobre las dimensiones de la calidad en el servicio: dirección estratégica y ciclo de mejora, gestión por procesos, mejora de la normatividad, gobierno electrónico, gestión del conocimiento, aportaciones de los funcionarios y adopción de modelos de excelencia de la variable calidad en el servicio; así como, se analizará la correlación de la identidad y con las dimensiones de la calidad en el servicio, hasta determinar la correlación entre las propias dimensiones de la calidad en el servicio. Para lo cual, se utilizó el instrumento de medición para recoger información de las dimensiones sobre las variables de identidad y calidad en el servicio, a través de una serie de preguntas que identifican la percepción de los actores hacia la identidad y la calidad en el servicio (Sotelo, Arrieta, & Figueroa, 2015).

Este estudio es de naturaleza no experimental, transversal, cuantitativa y a su vez de tipo descriptiva y correlacional, a través de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento de medición a 49 trabajadores de la Dirección Municipal denominada, Juzgado Administrativo Municipal; el análisis correlacional se realizó basado en los análisis estadísticos del coeficiente de Pearson. De acuerdo a los

objetivos definidos en el presente estudio, los resultados obtenidos a través del instrumento de medición reflejan un alto grado de identidad de los trabajadores con el Juzgado Administrativo Municipal, ya que la mayoría manifestó sentirse orgullosos de pertenecer a la institución, así mismo, se determina que el cumplimiento de metas y objetivos se logra a través de la normatividad que lo regula y la planeación adecuada que contempla políticas internas que dan consecución a los planes y programas.

Los resultados obtenidos del análisis estadístico basado en el coeficiente de Pearson, determinaron un alto grado de correlación entre las variables identidad y calidad en el servicio, la correlación es directa y positiva ya que cumple con una prueba de .948, lo que identifica un alto nivel de confiabilidad, dicha correlación se considera alta, de acuerdo a los rangos establecidos por el coeficiente de Pearson. Así mismo, la correlación entre identidad y las dimensiones de la calidad resultaron positivas y consideradas como altas, de acuerdo al estándar establecido por el coeficiente de Pearson. En lo que se refiere a la correlación existente entre las propias dimensiones de la calidad, estas resultaron un alto grado de correlación ya que ésta es directa y positiva debido a que cumple con una prueba de .850 la más baja y de .895 la más alta lo que identifica un alto nivel de confiabilidad, de acuerdo a los rangos establecidos por el coeficiente de Pearson. Esta investigación se estructura de la siguiente manera en la revisión de literatura se describe brevemente las bases teóricas y documentales que le dan sustento científico a la investigación; así mismo, se encuentran las definiciones de las variables que son sujeto de estudio; en seguida se encuentra el marco metodológico, que sin duda alguna establece el diseño de la investigación y los métodos que se utilizaron para desarrollar el estudio del problema, en este sentido, se encuentra también definido el tipo de estudio que se aplicó, la población objeto de estudio, el instrumento como herramienta fundamental del estudio, su validación y confiabilidad, así como, las técnicas que se aplicaron para el análisis de datos, en el apartado de resultados, se encuentra el análisis de los datos estadísticos y una descripción de los mismos, por último, se presentan las conclusiones que interpretan los resultados obtenidos, dando respuesta a los objetivos de la presente investigación.

Objetivo General

Conocer la correlación entre la Identidad y la calidad en el servicio dentro del Juzgado Administrativo Municipal.

Objetivos Específicos

Analizar la correlación de la identidad y las dimensiones de la calidad en el servicio.

Analizar la correlación de la identidad y la calidad en el servicio.

Analizar la correlación entre las dimensiones de calidad en el servicio del JAM.

REVISIÓN LITERARIA

La Identidad

Para Cortina (2014), la identidad es la persistencia del ser en su unidad a través de sus múltiples cambios y determinaciones, como característica de un organismo de tal índole que persiste sin cambio. Algunos autores definen la identidad como todo aquello que permite distinguir a la organización como singular y diferente de las demás, es todo aquello que si desapareciera afectaría decisivamente a la organización. La identidad se materializa a través de una estructura, tiene un grado de permanencia en un tiempo y un espacio pero puede cambiar al irse adaptando la organización a un entorno y pueden permanecer ciertos rasgos de identidad de la organización (Pizcazo, 2013). El hombre es un ser paradójico, que sin dejar de comportarse como un animal social y gregario lucha por reivindicar su singularidad como individuo; la identidad podría considerarse como el resultado de un fenómeno precepto-cognitivo que nos permite diferenciar las sensaciones o conjunto de sensaciones que percibimos y englobarlas en unidades de

significado y sentido (Sanz & González, 2005). La identidad es el emergente del interjuego dialéctico entre:

Aquello con lo que la organización ha nacido.

Aquello en lo que la organización se ha convertido.

Pero sobre todo, aquello en lo que la organización decide ser.

La identidad está conformada por todos aquellos rasgos que permiten distinguir a la organización como diferente y singular; todo aquello que, si desaparece, afecta decisivamente a su continuidad. La identidad es un conjunto de características invariantes que constituyen a una organización y la hacen única (Sheinsohn, 2011). A partir de esto, podemos decir que la identidad posee una dimensión diagnóstica y otra pronóstica.

La Identidad en las Organizaciones

Las identidades se forman a partir de la interacción social: se acepta la existencia de diferentes culturas y subculturas a las que el individuo pertenece y dentro de las cuales aprende a construirse socialmente. Cuando se habla de identidad se hace referencia a una encrucijada de elementos sociológicos como cultura, normas, valores, clases sociales, roles, entre otros, inmersos en territorios en procesos de socialización. Bajo estas influencias –incluidas las de los medios–, se crean las identidades organizacionales, formando un modelo cultural propio configurado por los valores y las creencias y manifestándose en actitudes de las personas que forman parte de la organización como identificación, permanencia, compromiso y participación (Morgan, 2009). Cuando los seres humanos se asocian en grupos con el objeto de conseguir un fin que comparten, configuran núcleos que podrían denominarse grupos de conveniencia; la identidad en las organizaciones está determinada por los fines y los modos de conseguirlos así como por las formas de relación que se establecen entre los miembros de la propia organización y la de estos como otros individuos pertenezcan o no a otra organización. En este sentido, cobran especial interés e importancia las razones por las que se constituye la organización y las normas mediante las cuales se regula la actividad y el comportamiento de sus miembros, la relevancia de estas razones y norma estriba en que desde ellas parten las directrices que darán lugar a una determinada cultura organizativa (Sanz et. al. 2005).

El generar o constituir sentido de identidad y pertenencia a los empleados, ha generado un creciente interés de investigación enfocado en el concepto de des-identificación en el lugar de trabajo. Esta no-colonización reserva de alguna manera la individualidad de los sujetos y les permite sobrevivir a los violentos intentos de control e imposición de conductas establecidas por la organización, permitiendo a los empleados superar las tensiones entre aquello que sienten que son realmente y aquello que tienen que ser en el trabajo, en su afán de mantener un sentido de autenticidad (Ashkanasy, Wilderom & Peterson 2011). Para la eficacia organizacional, la cuestión importante es, una vez aceptados que los procesos de diferenciación (identidad) son naturales y que se producen inevitablemente en la estructura formal e informal, cómo podemos orientarlos en el sentido de la creación de una identidad colectiva, lo que llamamos identificación con la organización, que respete identidades de subsistemas menores, ya que, un régimen de colaboración se caracteriza por la interdependencia de personas y grupos con identidades fuertemente establecidas (Casado, 2001). Para Torres (2007), la identidad de las organizaciones, es una construcción de índole histórica y cultural que da fortaleza, distinción y continuidad a las organizaciones, en cuanto da sentido a sus orientaciones, a sus acciones y a sus relaciones internas con el mundo exterior. El compromiso de una organización se relaciona con la identidad organizativa. Para un individuo la identificación con una organización es tratar a la organización como si ésta fuera, en algún sentido, una extensión de sí mismo. En una buena conceptualización la identidad organizativa es aquello que es tomado central de una organización por sus miembros, lo que hace a la organización distintiva de otras organizaciones, lo que es percibido por los miembros que perdura o aspectos que unen al presente con el pasado. La identidad organizativa tiene que dar sentido al trabajo en la organización, cuando las

aspiraciones de los individuos que componen una organización están alineados o son compatibles con los de la organización, genera un mayor compromiso e implicación de cada miembro, este es el reto de una organización que aprende (Bolívar, 2007).

Por otro lado y en relación con lo que se viene discutiendo, los cambios estructurales de las organizaciones dentro del llamado capitalismo moderno han repercutido fuertemente en la configuración de los sujetos que las conforman, así como la percepción que ellos mismos tienen sobre su futuro e identidad. Los embates de la eficiencia administrativa han trastocado la acción desde los medios, desdibujando completamente los fines y en ese sentido, el sujeto ha visto reducida su autonomía de encontrar en la organizaciones espacios para su desarrollo, en donde se ha promovido la individualidad y el egoísmo, primacía por lo efímero y lo urgente (Ashkanasy, et.al. 2011). El despertar de los estudios sobre la identidad organizacional en los anglosajones más prestigiosos comienza a mediados de los ochenta. Se dice que la identidad es aquello que es central, perdurable y distintivo en una organización; será el punto de partida para todos los demás artículos publicados sobre este tema (Pepe, 2011).

La identidad organizacional ha sido definida como el “corazón” o carácter básico de la firma, las características de la organización que parecen ser centrales y perdurables para los integrantes la respuesta que los integrantes de una organización dan a la pregunta ¿quiénes, o qué, creemos que somos? El concepto de identidad organizacional se ha utilizado para mostrar cómo las organizaciones y sus gerentes interpretan asuntos, establecen ventajas competitivas, encuadran estrategias y respuestas, identifican amenazas o perciben y resuelven conflictos. Los investigadores han encontrado que es más probable que los empleados que se identifican fuertemente con sus organizaciones muestren una actitud colaborativa y tomen decisiones consistentes con los objetivos organizacionales. La identidad, también ha sido positivamente asociada con el sentido de pertenencia y control en el trabajo. Los investigadores plantean, con todos estos antecedentes, que es deseable desarrollar una identificación con la organización en la que se trabaja (Pepe, 2011).

La Calidad en el Servicio

La historia de la calidad se inicia en Japón en la posguerra y cuya evolución ha estado impulsada por grandes personajes con importantes desarrollos de sistemas de gestión, herramientas y técnicas.

Destacando los que siguen:

Walter A. Shewhart: se le considera el padre del control estadístico de Procesos (SPC). Empezó a implantar esta técnica en la *Bell Telephone Company* en el año 1924.

W. Edwards Deming: discípulo de Shewhart, consultor eminente y profundo conocedor de la estadística. Con una serie de conferencias inculca sus ideas a ingenieros y científicos japoneses en 1950. Hasta 1980 no empiezan a tenerse en cuenta sus ideas en su país (EEUU).

Joseph M. Juran: contemporáneo de Deming, realiza al igual que él conferencias y seminarios en Japón. Es conocido por el desarrollo de la trilogía de la calidad, planificación, control y mejora de la calidad.

Armand. V. Feigebaum: trabajo con el General Electric de Nueva York, en donde desarrolla en los años 40's el concepto de la calidad total, ampliando el concepto de la “gestión” de la calidad.

Kaoru Ishikawa: experto y pionero en el control de la calidad en Japón, es conocido por los “círculos de calidad”, creador en 1943 del diagrama de Ishikawa, considerado como una de las siete herramientas básicas de la calidad.

Philip B. Crosby: aplica el concepto de los “cero” defectos en los años sesenta, preocupado por la prevención de la calidad, la mejora continua y los costes de la mejora de la calidad (Cuatrecasas, 2012). No estaría completa esta reseña si no se menciona la normalización que se ha desarrollado respecto de la calidad. Son ampliamente conocidas las normas Military Standards para el muestreo de aceptación, sobre todo la de muestreo por atributos. Las normas tal vez de mayor importancia para el desarrollo del aseguramiento de calidad fueron la ANSI (American National Standards Institute que es un organismo que supervisa, en Estados Unidos, el desarrollo de normas para productos, servicios y procedimientos, dichas normas son propuestas de forma voluntaria y consensual y actualmente la serie de normas internacionales ISO-9000 (Palacios, 2012).

La administración de la calidad, se enfoca a superar las expectativas que el cliente tiene con el servicio, es decir, busca siempre mejorar la calidad y el desempeño, ya que esta se direcciona a lograr la entrega de productos y servicios de calidad utilizando diversas estrategias que ya mencionamos con antelación, no obstante a ello, nos enfocaremos a los conceptos de cultura organizacional e identidad para lograr la calidad en los servicios, si partimos de esto, estaríamos en posición de ver la cultura organizacional como el enfoque directo a desarrollar la habilidad de los empleados para trabajar en equipo y lograr los fines comunes, debiendo ser los trabajadores quienes de manera proactiva identifiquen los problemas relacionados con la calidad en los servicios. La satisfacción es el origen de la calidad de servicio. La calidad es un elemento importante para definir un servicio ofrecido. Cuando los productos son tangibles, la calidad se utiliza para comparar diversos bienes del mercado. No obstante, en servicios, la calidad es más difícil de probar (Ibarra, 2014).

La filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el usuario, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios a través de una comprensión de las necesidades y expectativas del usuario. Por tanto para entender mejor este concepto debemos conocer primero que es un servicio, el cual es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el usuario y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad. Los servicios ofrecidos dependen en gran medida de la calidad del factor humano que labora en la organización (Sotelo, Arrieta & Figueroa, 2015). La calidad en el servicio público, tuvo sus orígenes en la década de los 80's en donde surgen las reformas neo gerenciales en la administración pública, las cuales fueron encabezadas por la OCDE, estos movimientos iban dirigidos a sensibilizar a las instituciones del sector público para que ofrecieran productos y servicios de calidad a los clientes o usuarios del sector. Esto en base a que la razón del ser del sector público, es brindar servicios o productos a la población (Vicher-García, 2012). Medir la calidad en el servicio público, no es una tarea nueva, ya que ésta ha venido evolucionando, en la actualidad podemos decir que la mayor parte de las cosas tangibles e intangibles son propensas a ser medidas y estos datos son nuestra percepción sobre lo que nos rodea. Por lo que aquello que no se mide seguramente no podrá ser recreado, gestionado y hasta de cierta manera recreado (Pimienta, 2014).

METODOLOGÍA

Diseño y Tipo de la Investigación

El termino diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. La investigación no experimental consiste en observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (Hernández et al. 2010). El enfoque de la investigación es un proceso sistemático, disciplinado y controlado y está directamente relacionado a los métodos de investigación que son dos: método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con

la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular (Ruiz, 2012). La presente investigación es de diseño no experimental, de corte transversal, cuantitativa de tipo descriptiva y correlacional ya que solo se analizan los datos recolectados en un solo momento y en tiempo único sobre la percepción de los trabajadores del Juzgado Administrativo Municipal de Durango.

Población

Cuando se trata de especificar el objeto de estudio, es necesario partir de la identificación de la población que se va a estudiar, constituida por una totalidad de unidades, vale decir, por todos aquellos elementos (personas, animales, objetos, sucesos, fenómenos, etcétera) que pueden conformar el ámbito de una investigación (Niño, 2011). Para el presente estudio la población queda integrada como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1: Población en la Dirección Municipal

Puesto	No.
Juez Administrativo Municipal	1
Coordinador Operativo	1
Coordinadores	5
Secretarios de Acuerdos	19
Actuarios	7
Secretarias	9
Auxiliares de Juez	2
Notificadores	5

Fuente: Elaboración propia la presente tabla muestra el personal que existe dentro del juzgado administrativo municipal en donde se puede observar cada uno de los puestos que forman la estructura orgánica de la institución objeto de estudio, que cuenta con un Juez administrativo municipal, un coordinador operativo, coordinadores, secretarios de acuerdos, actuarios, secretarias, auxiliares de juez y notificadores.

Técnica de Recolección de Datos

La técnica utilizada para recolectar datos fue la de aplicación de encuestas, entendiendo por encuesta el conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o a la totalidad de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. Las encuestas tienen por objetivo obtener información estadística indefinida, mientras que los censos y registros vitales de población son de mayor alcance y extensión, debido a que la población de la institución analizada es pequeña, se optó por realizar ésta última con la finalidad de que los resultados obtenidos fueran de total alcance, ya que este tipo de encuesta abarca generalmente el universo de los individuos en cuestión. Las encuestas se realizaron en el mes de agosto del año 2015 entrevistando a el total de la población de manera personal en cada una de sus áreas de trabajo teniendo una tasa de respuesta del 100 % dentro de las encuestas realizadas.

Confiabilidad del Instrumento

El instrumento de medición utilizado, fue sometido a una prueba piloto 40 cuestionarios y en base a la misma se determinó el criterio de confiabilidad del instrumento, por el coeficiente de Alfa Cronbach, desarrollado por J. L. Cronbach, requiere de una sola administración del instrumento de medición y toma valores entre 0 y 1 que sirve para comprobar si el instrumento que se está evaluando recopila información defectuosa y por tanto nos llevaría a conclusiones equivocadas o si se trata de un instrumento fiable que hace mediciones estables y consistentes. Alfa de Cronbach es por tanto un coeficiente de correlación al cuadrado que, a grandes rasgos, mide la homogeneidad de las preguntas promediando todas las correlaciones entre todos los ítems para ver que, efectivamente, se parecen. Su interpretación será que, cuanto más se acerque el índice al extremo 1, mejor es la fiabilidad, considerando una fiabilidad respetable a partir de 0,80. El coeficiente de alfa de Cronbach obtuvo una confiabilidad = 0.954 (Sotelo et. Al. 2015).

Tabla 2: Operacionalización de Variables

Variable	Indicadores	Modalidades	No. de Preguntas en el Instrumento	Tipo de Variable
Perfil de los participantes	Puesto	1 Juez Administrativo Municipal 2 Coordinador Operativo 3 Coordinadores 4 Secretarios de Acuerdos 5 Actuarios 6 Secretarias 7 Auxiliares de Juez 8 Notificadores	s/n	Cualitativa/ordinal
	Tipo de Contrato	1 Honorarios asimilables a sueldos y salarios 2 Base de confianza	s/n	Cualitativa/ordinal
	Máximo nivel de estudios	1 Primaria 2 Secundaria 3 Preparatoria 4 Licenciatura 5 Maestría 6 Doctorado	s/n	Cualitativa/ordinal
	Sexo	1 Masculino 2 Femenino	s/n	Cualitativa/ordinal
	Antigüedad	Meses trabajados en el Organismo	s/n	Cualitativa/ordinal
	Edad	Años del trabajador	s/n	Cualitativa/ordinal
Identidad	Identidad	Percepción del encuestado sobre la identidad con la organización	6, 18, 30, 55	Cualitativa/ordinal
Calidad en el servicio	Dirección estratégica y ciclo de mejora	Muy de acuerdo Muy en desacuerdo <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	8, 20, 32, 45, 57	Cualitativa/ordinal
	gestión por procesos	Muy de acuerdo Muy en desacuerdo	9, 21, 22, 33, 34, 46, 58	Cualitativa/ordinal
	Mejora de la Normatividad Gobierno electrónico	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	10, 59	Cualitativa/ordinal
	Gestión del conocimiento		11, 23, 35, 47	Cualitativa/ordinal
	Aportaciones de los funcionarios		24, 36, 48, 60	Cualitativa/ordinal
	Conozco algún modelo de calidad en el servicio público		12	Cualitativa/ordinal
	Conozco algún premio de calidad del servicio público		61	Cualitativa/ordinal
			62	Cualitativa/ordinal

Fuente: Elaboración propia. La tabla numero 2 presenta la operacionalización de las variables estudiadas, así como las dimensiones y la escala de medición tipo likert que fue la que se utilizó de igual manera muestra cuales de las preguntas del cuestionario corresponden a cada una de las dimensiones, así como el tipo de cada una de las variables.

RESULTADOS

Para entender los resultados que se presentarán a continuación es necesario precisar que se utilizó el método de coeficiente de correlación de Pearson cuya interpretación se basa en la medida de aproximación, esto se refiere, que a medida que el valor se acerca a los extremos (-1 o +1), la correlación es más potente, el signo señala la direccionalidad de la correlación. Un valor negativo quiere decir que a medida que se incrementan los valores de una variable disminuyen los de la otra (correlación inversa). En cambio, si el valor es positivo, a medida que aumentan unos también lo hacen los otros y viceversa

(correlación directa). Cuando existe correlación entre ambas variables significa que las mismas comparten información y variabilidad. Una vez definido lo anterior, podemos determinar de acuerdo a lo presentado en la siguiente tabla, que la correlación existente entre la variable identidad y las dimensiones de la calidad en el servicio, son un valor de correlación positivo, directo y con una intensidad alta.

Tabla 3: Correlación de la Identidad y la Calidad en el Servicio de la Dirección Municipal

Correlaciones	Identidad	Dirección Estratégica y Ciclo de Mejora	Gestión Por Procesos	Mejora de la Normatividad	Gobierno Electrónico	Gestión del Conocimiento	Aportaciones de los Funcionarios	Calidad en el Servicio
Identidad	Correlación de Pearson	0.854**	0.895**	0.864**	0.895**	0.880**	0.850**	0.948**
	Sig. (bilateral)	0	0	0	0	0	0	0
	N	49	49	49	49	49	49	49
Dirección estratégica y ciclo de mejora	Correlación de Pearson	1	0.971**	0.781**	0.916**	0.881**	0.827**	0.948**
	Sig. (bilateral)		0	0	0	0	0	0
	N		49	49	49	49	49	49
Gestión por procesos	Correlación de Pearson		1	0.850**	0.935**	0.919**	0.800**	0.968**
	Sig. (bilateral)			0	0	0	0	0
	N			49	49	49	49	49
Mejora de la normatividad	Correlación de Pearson			1	0.883**	0.883**	0.719**	0.906**
	Sig. (bilateral)				0	0	0	0
	N				49	49	49	49
Gobierno electrónico	Correlación de Pearson				1	0.937**	0.850**	0.975**
	Sig. (bilateral)					0	0	0
	N					49	49	49
Gestión del conocimiento	Correlación de Pearson					1	0.765**	0.951**
	Sig. (bilateral)						0	0
	N						49	49
Aportaciones de los funcionarios	Correlación de Pearson						1	0.886**
	Sig. (bilateral)							0
	N							49
Calidad en el servicio	Correlación de Pearson							1
	Sig. (bilateral)							
	N							

Fuente: Elaboración propia. La presente tabla muestra las correlaciones Pearson de las dimensiones identidad, dirección estratégica y ciclo de mejora, gestión por procesos, mejora de la normatividad, gobierno electrónico, gestión del conocimiento, aportaciones de los funcionarios y la calidad en el servicio donde las que resultan con más grado de correlación son la dimensión de dirección estratégica y ciclo de mejora con la de gestión por procesos con un valor de 0.971. **La correlación es significativa a nivel 0.01 bilateral

La Identidad y la Correlación con las Dimensiones de la Calidad en el Servicio

La identidad se correlaciona de manera directa y positiva con las dimensiones de calidad en el servicio ya que en las 6 dimensiones obtiene una correlación mayor al 0.850, resaltando en este punto que la máxima correlación está entre la identidad y la dimensión gestión por procesos con un valor de 0.895, así como la dimensión gobierno electrónico con un valor de 0.895 de correlación Pearson, de acuerdo a los resultados

obtenidos de la medición de la percepción de los trabajadores del JAM, y la más baja correlación se obtuvo en la aportación de los funcionarios con un valor de 0.850, no obstante a ello, se puede determinar que los resultados de la correlación de Pearson, son positivas, es decir comparten elementos ya que cumplen con una prueba de 0.01 que identifica el 99 % de nivel de confiabilidad. Correlación de la identidad y la calidad en el servicio. De acuerdo a los resultados obtenidos y reflejados en la tabla 2, podemos determinar que la correlación existente entre la variable identidad y calidad en el servicio es positiva, directa y con una intensidad alta, debido a que su aproximación a +1 es alta. La correlación entre las variables identidad y calidad en el servicio es de manera directa y positiva, esto de acuerdo a los resultados obtenidos de la percepción de los trabajadores del JAM ya que se obtiene un valor de 0.948 como resultado de correlación de Pearson, ya que cumple con una prueba de 0.01 que identifica el 99% del nivel de confiabilidad, dicha correlación se considera alta, de acuerdo a los rangos establecidos por el coeficiente de Pearson. Correlación de Pearson entre las dimensiones de calidad en el servicio del JAM.

De acuerdo a los resultados obtenidos y reflejados en la siguiente tabla, podemos determinar que la correlación existente entre las dimensiones de la calidad en el servicio es positiva, directa y con una intensidad alta, debido a que su aproximación a +1 es alta. Como se muestra en la tabla anterior la correlación de Pearson entre las dimensiones de calidad en el servicio resultan de manera directa y positiva ya que los resultados obtenidos ubican a las dimensiones de dirección estratégica y ciclo de mejora y gestión por procesos como la correlación más alta, con un valor de 0.971, en segundo término se puede observar a las dimensiones de gobierno electrónico y gestión del conocimiento con un valor de 0.937, en seguida se observan a las dimensiones de gestión por procesos y gobierno electrónico con un valor de 0.935, así mismo, en consecuencia, se observan a las dimensiones de gestión por procesos y gestión del conocimiento con un valor de 0.919, siguiéndole en resultado las dimensiones de dirección estratégica y ciclo de mejora y gobierno electrónico con un valor de 0.916, los resultados anteriormente descritos se refieren a las correlaciones que tienen los valores más altos, no obstante a ello se puede observar que de igual manera, se tiene un valor más bajo en lo que se refiere a las dimensiones de gestión del conocimiento y aportaciones de los funcionarios con un valor de 0.765. Determinados los resultados anteriores podemos resaltar, como ya se mencionó en el párrafo anterior, la correlación de Pearson entre las dimensiones de la calidad en el servicio son de manera directa y positiva, esto de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio realizado dentro del JAM, ya que se obtienen valores altos de acuerdo a una prueba de 0.01 que identifica el 99% del nivel de confiabilidad, en donde dicha correlación se considera alta y positiva, de acuerdo a los rangos establecidos por el coeficiente de Pearson.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el presente estudio se puede determinar que la identidad es para algunos de los autores aquí citados, un proceso en sí, y de acuerdo a la información analizada, se determina que la identidad es un proceso de construcción social, que se realiza en las organizaciones gracias a la interacción de los sujetos sociales adscritos en ellas, así mismo, se desprende también que hay grados de pertenencia en sí, la identidad es la pertenencia común. El objetivo principal de este estudio fue determinar la correlación entre la identidad y la calidad en el servicio, comprobando con ello que un 75% de los trabajadores del JAM perciben tener identidad con la organización debido a que se sienten parte de un equipo al cual están orgullosos de pertenecer a él generando con ello sentimientos de lealtad, el resto de los trabajadores se encuentra en desacuerdo de sentir identidad con la organización. El porcentaje arriba mencionado, refleja una gran fortaleza dentro de la organización, ya que entre mayor sea el grado de identidad de los trabajadores con la organización, mayor será el grado de compromiso y lealtad, generando mayores y mejores resultados en las tareas que éstos desempeñen dentro de la misma, por lo que, el alto grado de identidad deriva también en la calidad en los servicios que estos desempeñan.

Así mismo, otro de los objetivos definidos en el presente estudio, se refiere a determinar la correlación existente entre la identidad y las dimensiones de calidad en el servicio, en base a la percepción de los

trabajadores adscritos al JAM, de dicho análisis se determinó lo siguiente: Los resultados obtenidos dentro del análisis realizado bajo el método de coeficiente de correlación de Pearson, determinaron que la totalidad de las dimensiones de la calidad en el servicio tienen una correlación alta y positiva en relación directa con la identidad. Los resultados obtenidos más altos en porcentaje de correlación de la variable identidad, fue con las dimensiones de gestión por procesos y la de gobierno electrónico, determinando con ello que se tiene una alta correlación con el logro de metas y objetivos a través de procesos definidos para ello y procesos sistematizados que permiten elevar la calidad en el servicio.

La identidad es el grado de identificación que tienen los trabajadores con la organización como una forma de pertenencia común, si los trabajadores tienen lealtad hacia la organización, si se sienten miembros del equipo, si se sienten orgullosos de pertenecer a la organización y si perciben que hacen bien las cosas de manera ordenada y sistematizada, esto da como resultado que sientan a la organización como un colectivo en donde la identidad es un auto referencial de sí mismos, generando con ello mayor sentido de pertenencia, si se cuenta con políticas internas y estrategias que faciliten el logro de metas y objetivos, en base a normatividad que permita la planificación de los mismos, con procesos definidos de tal manera que se enfoquen a cubrir los requerimientos de los usuarios y a mejorar la calidad en los servicios contando con medición a través de indicadores establecidos para tal fin, se logran mayores y mejores resultados, lo cual es una herramienta potencial para gestionar identidad en los trabajadores con la organización.

Como ya se mencionó con antelación, todas las dimensiones de calidad en el servicio, tienen un alto grado de correlación entre sí, ya que el menor porcentaje oscila en .850 y el mayor es de .895 por lo que cumplen de acuerdo a los rangos establecidos por el coeficiente de Pearson. No obstante a lo expuesto en el párrafo anterior, la dimensión que se refiere a, aportaciones de los funcionarios, observa los resultados más bajos de correlación, sin llegar a ser moderados, siguen encontrándose en el rango de alto, sin embargo se considera necesario hacer énfasis en este resultado, ya que por ser la dimensión con el resultado más bajo, se considera como área de oportunidad en la cual se deben de implementar acciones de mejora. La presente investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo siendo metodológicamente una investigación descriptiva correlacional ya que de acuerdo al objetivo principal de la misma se analizan las correlaciones de la identidad y las dimensiones de la calidad en el servicio considerando para ello las dimensiones propuestas por la carta iberoamericana de la calidad en el servicio emitida por el CLAD en el año del 2008. Se puede concluir además de lo anteriormente comentado que dentro del JAM existe una fuerte correlación entre cada una de las dimensiones analizadas de la calidad en el servicio y la identidad ya que la mayoría resultan obtener una correlación significativa donde todas rebasan el 0.8 de grado de correlación, de aquí que el presente puede servir como base para realizar algunos estudios en organizaciones similares y comparar los resultados aunque cabe mencionar que derivado de los cambios de gobierno sería bueno partir de nuevo a realizar investigación sobre algunas de las dimensiones que se analizaron en la misma.

BIBLIOGRAFÍA

Ashkanasy, N. M., Wilderom, C. P., & Peterson, M. F. (2011). *The Handbook of Organizational Culture and Climate*. Los Angeles : SAGE.

Bolívar, A. (2007). *Los centro educativos como organizaciones que aprenden: promesas y realidades*. Madrid: La muralla S.A.

Casado, L. (2001). *Organizaciones y sistemas humanos: una nueva gestión empresarial*. Barcelona: Kairos.

Cortina, J. (2014). *Identidad, identificación e imagen*. México: Comunicación total.

- Cuatrecasas A., L. (2012). *Gestión de la calidad total*. Madrid: Díaz de Santos.
- Ibarra. (2014). *Administración de la calidad*. México: Pearson Educación.
- Morgan, J. (Mayo de 2009). *Identidad y cultura en una empresa del sector alimenticio*. Tesis. Santiago de Querétaro, Querétaro, México.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación, diseño y ejecución*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Palacios, J. L. (2012). *Administración de Calidad*. México: Trillas.
- Peña, Díaz, & Carrillo. (2015). *Relación del clima organizacional y la satisfacción laboral de una pequeña empresa*. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, Vol. 8(1), p. 37-50.
- Pepe, A. I. (2011). *Identidad e imagen organizacional*. Ditix.
- Pimienta, A. M. (2014). *Análisis de la performance en las empresas. Una perspectiva integrada*. Barcelona: UOC.
- Pizcazo, N. (mayo de 2013). *Identidad institucional en estudiantes y profesores universitarios; Un estudio en dos universidades mexicanas*. Tesis. Huixquilucan, Estado de México, México.
- Ruiz, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto.
- Sanz, M., & González, M. (2005). *Identidad corporativa*. Madrid: Esic.
- Sheinsohn, D. (2011). *El poder y la acción a través de la comunicación estratégica*. Buenos Aires: Granica.
- Sotelo, Arrieta, & Figueroa. (2015). *Medición del Clima Organizacional utilizando calidad en el servicio*. *Revista Global de Negocios*, Vol. 3(4), p. 27-38.
- Torres, A. (2007). *Identidad y política de acción colectiva*. México: Gandhi.
- Vicher-García, M. (2012). *Utilidad futilidad: calidad e ISO en la administración pública*. *Convergencia, revista de ciencias sociales*.

BIOGRAFÍA

Jesús Guillermo Sotelo Asef es miembro del Sistema Nacional de Investigadores como Candidato, Postdoctorado en Administración y Gestión de Planteles Educativos, Doctor en Gobierno y Administración Pública, Licenciado en Administración, Profesor de la Universidad Juárez del Estado de Durango y Centro de Estudios UNIVER Durango, Consultor en Consejeros en Servicios Organizacionales SEOC correo electrónico: chuy_sotelo@hotmail.com

Manuela Vargas Hernández, Maestra en Administración Pública, Contador Público profesora de Centro de Estudios UNIVER Durango Consultora en Consejeros de Servicios Organizacionales SEOC, correo electrónico map.manuelavarher@gmail.com