

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**



**Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la Agencia  
Nacional de Tránsito, cantón Chimbo, Ecuador, 2023**

**TESIS**

**Para optar al grado académico de Maestra en Gestión Pública**

**Autora: Patricia Fernanda Yáñez Ronquillo**

**Tumbes, 2024**

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

## ESCUELA DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA



#### Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito, cantón Chimbo, Ecuador, 2023

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Merino Velásquez, Jesús (presidente)

Dr. Garay Canales, Henry Bernardo (secretario)

Mg. Guerrero García, Galvani (vocal)

Tumbes, 2024

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

## ESCUELA DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA



**Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la Agencia  
Nacional de Tránsito, cantón Chimbo, Ecuador, 2023**

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido  
y forma:**

**Yáñez Ronquillo, Patricia Fernanda (Autora)**

**Dra. Otiniano Hurtado, Miriam Noemí (Asesora)**

**Tumbes, 2024**

# ACTA DE SUSTENTACION



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
Licenciada  
Resolución del Consejo Directivo N° 155-2019-SUNEDU/CD  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
Tumbes – Perú

## ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS

En Tumbes, a los veintinueve días del mes de enero del dos mil veinticuatro, siendo las nueve horas, en plataforma virtual vía Google meet, se reunieron el jurado calificador de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, designado con Resolución N° 175-2023 /UNTUMBES-EPG-D, del 25 de abril del 2023: Dr. Jesús Merino Velásquez (presidente), Dr. Henry Bernardo Garay Canales (secretario) y el Mg. Galvani Guerrero García (vocal); además la Dra. Miriam Noemí Otiniano Hurtado, como vocal/asesora; se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de tesis titulada: **“Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito, cantón Chimbo, Ecuador, 2023”** ; para optar el grado académico de **MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA**, presentado por la:

**Maestranda: Patricia Fernanda Yáñez Ronquillo**

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte de la sustentante y después de la deliberación el jurado según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la: Maestranda aprobada con calificativo de **BUENA**.

En consecuencia, queda apta, para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del grado académico de Maestra en Gestión Pública , de conformidad con lo estipulado en la ley universitaria N° 30220, el estatuto, Reglamento General, Reglamento general de grados títulos y reglamento de tesis de la Universidad Nacional de Tumbes

Siendo las once horas, del mismo día, se dio por concluido la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia de público.

Tumbes, 29 de enero del 2024.

Dr. Jesús Merino Velásquez  
DNI N° 00240035  
ORCID N° 0000-0003-3301-4487  
Presidente

Mg. Galvani Guerrero García  
DNI N° 45101586  
ORCID N° 0000-0002-3151-806X  
Vocal

Dr. Henry Bernardo Garay Canales  
DNI N° 00373867  
ORCID N°: 0000-0003-2323-1103  
Secretaria

Dra. Miriam Noemí Otiniano Hurtado  
DNI N° 00214712  
ORCID N° 0000-0001-6717-509X  
Vocal/asesora

## REPORTE TURNITIN

### 2-INF FINAL-TESIS- Patricia Fernanda Yáñez Ronquillo

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

1

[hdl.handle.net](http://hdl.handle.net)

Fuente de Internet

2%

2

[repositorio.autonoma.edu.pe](http://repositorio.autonoma.edu.pe)

Fuente de Internet

2%

3

[repositorio.upse.edu.ec](http://repositorio.upse.edu.ec)

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Universidad Alas Peruanas

Trabajo del estudiante

1%

5

[repositorio.upn.edu.pe](http://repositorio.upn.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

6

Submitted to uncedu

Trabajo del estudiante

1%

7

[repositorio.ucam.edu](http://repositorio.ucam.edu)

Fuente de Internet

1%

8

[alicia.concytec.gob.pe](http://alicia.concytec.gob.pe)

Fuente de Internet

1%

9

[1library.co](http://1library.co)

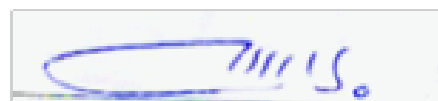
Fuente de Internet

<1%



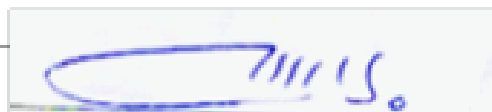
Dra. Miriam N. Otiniano Hurtado  
Docente Asesor

10	<a href="http://repositorio.uap.edu.pe">repositorio.uap.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://repositorio.lamolina.edu.pe">repositorio.lamolina.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://repositorio.unu.edu.pe">repositorio.unu.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://archive.org">archive.org</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://go.gale.com">go.gale.com</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://www.scielo.org.co">www.scielo.org.co</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://repositorio.utc.edu.ec">repositorio.utc.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://repositorio.utelesup.edu.pe">repositorio.utelesup.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://prezi.com">prezi.com</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://repositorio.unp.edu.pe">repositorio.unp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	<1 %
21	<a href="http://repositorio.uleam.edu.ec">repositorio.uleam.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %



Dra. Miriam N. Oconiano Hurtado  
Docente Asesor

22	Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos Trabajo del estudiante	<1 %
23	intra.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
25	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	web.ujat.mx Fuente de Internet	<1 %
28	www.rte.espol.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
29	d.documentop.com Fuente de Internet	<1 %
30	Submitted to Universidad del Norte, Colombia Trabajo del estudiante	<1 %
31	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
32	Submitted to unapiquitos Trabajo del estudiante	<1 %
33	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %



Dra. Miriam N. Otiniano Hurtado  
Docente Asesor

		<1 %
34	<a href="http://metinvest.jimdo.com">metinvest.jimdo.com</a> Fuente de Internet	<1 %
35	<a href="http://tesis.ipn.mx">tesis.ipn.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
36	<a href="http://riunet.upv.es">riunet.upv.es</a> Fuente de Internet	<1 %
37	<a href="http://www.polodelconocimiento.com">www.polodelconocimiento.com</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="http://xipe.insp.mx">xipe.insp.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
39	<a href="http://fr.slideshare.net">fr.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
40	<a href="http://worldwidescience.org">worldwidescience.org</a> Fuente de Internet	<1 %
41	<a href="http://www.inap.gov.ar">www.inap.gov.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
42	<a href="http://repositorio.tec.mx">repositorio.tec.mx</a> Fuente de Internet	<1 %



Dra. Miriam N. Otiniano Hurtado  
Docente Asesor

Excluir citas      Activo  
Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias < 15 words



## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la fortaleza espiritual me acompaño en cada etapa para hacer posible este anhelo académico. A mi adorado hijo Ariel Mateo por ser mi fuente de inspiración, motivación, comprensión y sincero apoyo incondicional; espero que este logro le enseñe la importancia de la perseverancia y el amor por el aprendizaje.

**Patricia Fernanda Yáñez**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Nacional de Tumbes, por ser baluarte del desarrollo, la cual me permitió explorar nuevos horizontes en mi área de estudio. A mis Profesores y Jurado, por su orientación, apoyo constante y contribución ilustrada me ayudo a culminar este proyecto académico con éxito.

**Patricia Fernanda Yáñez**

# ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN .....	18
II.	REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	22
2.1.	Bases teórico - científicas .....	22
2.1.1.	Calidad del servicio .....	22
2.1.2.	Satisfacción de usuarios.....	26
2.2	Antecedentes .....	28
2.3	Definición de términos Básicos .....	33
III.	MATERIALES Y MÉTODOS .....	34
3.1.	Hipótesis .....	34
3.2.	Hipótesis específicas.....	34
3.3.	Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis .....	35
3.4	Población, muestra y muestreo.....	37
3.5	Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	39
3.6	Instrumentos de recolección de datos.....	41
3.7	Procesamiento y análisis de datos.....	42
3.8	Validez y confiabilidad del instrumento: .....	43
3.9	Definición y operacionalización de variables.....	44
IV.	RESULTADOS Y DISCUSION.....	48
5.1	Resultados .....	48
5.2	Discusión.....	61

V.	CONCLUSIONES.....	68
VI.	RECOMENDACIONES .....	71
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	74
	VANEXOS.....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Rango del coeficiente de correlación Rho de Spearman.....	42
Tabla 2	Coeficientes de alfa de Cronbach.....	43
Tabla 3	Definición operacional de calidad de servicio.....	44
Tabla 4	Definición operacional de satisfacción de usuarios.....	46
Tabla 5	Relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios.....	47
Tabla 6	Correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios.....	48
Tabla 7	Influencia entre la confiabilidad en la satisfacción de usuarios...	49
Tabla 8	Correlación entre la confiabilidad y la satisfacción de usuarios...	49
Tabla 9	Influencia entre la capacidad de respuesta en la satisfacción de usuarios.....	50
Tabla 10	Correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de usuarios.....	51
Tabla 11	Influencia entre la seguridad en la satisfacción de usuarios.....	52
Tabla 12	Correlación entre la seguridad y la satisfacción de usuarios.....	53
Tabla 13	Influencia entre la empatía en la satisfacción de usuarios.....	54

Tabla 14	Correlación entre la empatía y la satisfacción de usuarios.....	55
Tabla 15	Influencia entre la tangibilidad en la satisfacción de usuarios....	56
Tabla 16	Correlación entre la tangibilidad y la satisfacción de usuarios....	57

## ÍNDICE DE ANEXOS

<i>ANEXO 1 CONSENTIMIENTO INFORMADO.....</i>	<i>82</i>
<i>ANEXO 2 INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS .....</i>	<i>83</i>
<i>ANEXO 3 VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS .....</i>	<i>91</i>
<i>ANEXO 4 ANALISIS DE CONFIABILIDAD .....</i>	<i>94</i>
<i>ANEXO 5 REALIZACION DE LA ENCUESTA. ....</i>	<i>97</i>
<i>ANEXO 6 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....</i>	<i>98</i>

## RESUMEN

El propósito de la presente investigación “Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito, cantón Chimbo, Ecuador, 2023” consistió en determinar la forma cómo la relación que existe entre la calidad de servicio hacia la satisfacción de los usuarios, favorecieron a mejorar los resultados de la gestión integrada al modelo de atención, más acorde con la satisfacción de Institución – usuarios y capaz de integrar los elementos necesarios para la prestación de un servicio de alta calidad que afiance la relación cliente – proveedor, logrando de este modo mayores beneficios. Para lo cual se realizó una investigación de tipo descriptivo, no experimental de corte transversal y de nivel descriptivo correlacionar, además se realizó una muestra de 94 usuarios debido a que la cantidad de la consumidores era un número amplio por abordar en la investigación, a quienes se les aplicó 2 cuestionarios; uno por cada variable con el fin de conocer su percepción, a los cuales se pudo determinar qué; su confiabilidad de la calidad de atención al usuario de acuerdo al Alfa de Cronbach resulto de 0.081, y con 0.748 en lo que respecta a la satisfacción de los usuarios; con los resultados obtenidos se observó que estas cifras se corroboran con un Rho de Spearman 0,550, obteniendo una correlación moderada; confirmando su influencia media de 50,5% en calidad del servicio frente al 58,9% de satisfacción de los clientes, por cuanto, indica que existe vínculo entre la calidad del servicio que se brinda y el nivel de satisfacción experimentado por los usuarios.

**Palabras clave:** Calidad de atención, gestión integrada, liderazgo, modelo de atención, satisfacción al usuario, participación.



## ABSTRACT

The purpose of this research "Quality of service and user satisfaction in the National Transit Agency, Chimbo canton, Ecuador, 2023" consisted of determining how the relationship that exists between the quality of service towards user satisfaction, favored improving the results of the management integrated into the care model, more in line with the satisfaction of the Institution - users and capable of integrating the necessary elements for the provision of a high quality service that strengthens the client - provider relationship, thereby achieving thus greater benefits. For which a descriptive, non-experimental, cross-sectional and descriptive-level investigation was carried out. In addition, a sample of 94 users was carried out because the number of consumers was a large number to be addressed in the investigation. to whom 2 questionnaires were administered; one for each variable in order to know their perception, which could be determined; Its reliability of the quality of user service according to Cronbach's Alpha was 0.081, and 0.748 with regard to user satisfaction; With the results obtained, it was observed that these figures are corroborated with a Spearman's Rho of 0.550, obtaining a moderate correlation; confirming its average influence of 50.5% in service quality compared to 58.9% in customer satisfaction, as it indicates that there is a link between the quality of the service provided and the level of satisfaction experienced by users.

**Keywords:** Care model, integrated management, leadership, participation, quality of Care, user satisfaction.

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

La calidad de servicio a nivel mundial tiene importante relevancia en las empresas, porque los clientes exigen los mejores servicios debido a que en las últimas décadas se han generado grandes transformaciones tecnológicas y de comunicación afectando la economía a nivel global, exigiendo día a día a las empresas a realizar sus mejores esfuerzos para subsistir y prosperar en este medio de continuos cambios. En esta lucha por captar clientes, se requiere eficiencia y efectividad, es decir contar con los mejores productos y con las mejores personas. para brindar un buen servicio (Messarina, 2016).

Entendiendo que servicio al cliente significa aquellas actividades de relación entre la empresa y el cliente, a fin de que este quede satisfecho durante el proceso en que realiza el trámite.

Por ello la Organización Mundial de la Salud, define a la calidad de servicio como el aseguramiento de que cada persona recibe el conjunto de servicios más adecuados para conseguir una atención optima, considerando que todos los factores y conocimientos de la persona y de los servicios que se brinda, logren los mejores resultados con el mínimo riesgo de efectos negativos, logrando así la máxima satisfacción de las personas por los servicios recibidos.

Esta definición se realiza debido a que uno de los principales problemas a nivel global es que existe un elevado número de quejas que se reciben de los usuarios, donde sale a relucir primordialmente el trato inadecuado, déficit de personal, demora en el servicio, no eficacia en la atención, citas muy prolongadas y demasiada burocracia en la parte administrativa. ( World Health Organization, 2016)

Al respecto en países asiáticos como Indonesia, en su estudio de calidad referente al servicio público que brinda la oficina de Impuestos sobre vehículos de motor, para la medición de la opinión de los consumidores referente a la calidad de su servicio, utilizaron el modelo SERVQUAL, encontrando que la puntuación de la medida en sus dimensiones tangible y de seguridad del modelo se consideran buenas, sin embargo, en tres dimensiones como los de confiabilidad, competencia de solución y los de la dimensión de empatía se consideran muy deficientes, pues se encuentran por debajo de las expectativas de los usuarios (Setiajit y Utomo, 2016).

En Palestina, Dris Kharroub & COthmanMansour, 2019. En el artículo denominado, impacto de la planificación estratégica en los municipios palestinos sobre la calidad del servicio brindado a sus ciudadanos, obteniendo que la "Dimensión de Calidad de Servicio se clasificó como un grado muy malo.

En ese contexto, Latinoamérica no es ajena a esta problemática existiendo descontento con los servicios públicos, resultando muy apremiante y difícil en las personas más pobres y vulnerables debido a que no pueden buscar otros servicios particulares y costearlos para recibir servicios de mejor calidad, teniendo que soportar todo tipo de inconvenientes y maltratos para lograr recibir el servicio (Harrington, 2018).

Sobre esta problemática en el año 2017 el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en su estudio sobre calidad y satisfacción de usuarios en países sudamericanos como Chile, Uruguay, Paraguay, Ecuador, y países caribeños como Panamá, Trinidad y Tobago, donde las personas manifestaron estar insatisfechos con la diversidad de servicios públicos como licencias o permisos hasta el cumplimiento de obligaciones como el registro de la propiedad, la declaración y pago de impuestos (OCDE/CAF/CEPAL, 2018)

Así mismo, en América del norte específicamente en México, en su estudio de percepción que se tienen los usuarios sobre la calidad de servicio en Morelia, México, utilizando el modelo SERVQUAL, se visualiza que la percepción del usuario muestra una tendencia negativa y que su amplitud referente a solventar los

problemas y de empatía representan los resultados más bajos, en América del Sur (Valenzo et al., 2019).

Mientras que, en Argentina en el año 2018, el grado de satisfacción de los usuarios por el servicio otorgado, en el área de obras particulares de la municipalidad de la ciudad de Berisso, de acuerdo al modelo SERVQUAL, aplicando como instrumento el cuestionario, con un tamaño muestral de 250 personas, evidencia que la dimensión de seguridad, se encuentra en un nivel de satisfacción entre Satisfecho y algo más que satisfecho; las demás dimensiones reflejan insatisfacción (Rocca, 2016)

Sobre este tema, en el Perú se cuenta con el área de licencias de conducir del Gobierno Regional del Callao, la cual es cada vez más solicitado y con mucha afluencia de ciudadanos, sin embargo no cuenta con ningún tipo de sistema técnico de medición de la calidad del servicio público, tampoco existen buzón de sugerencias, ni mucho menos existe libro de reclamos, por lo que no se puede evidenciar si los servicios de las 12 áreas existentes y con mucha demanda son de calidad o existe satisfacción por parte de los usuarios, por lo que tampoco pueden adoptar acciones que permitan mejorar la provisión de servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los ciudadanos por ser una oficina referencial de este lugar (Goñi, 2021).

Por ello las personas que laboran en estas instituciones deben estar conscientes de que el éxito de su organización depende de las actitudes y conductas de ellos mismos, lo cual implica factores como la atención, empatía, confianza, capacidad de respuesta e instalaciones físicas, con lo que se esperaría lograr que el cliente quede contento con los servicios que se le brindan al momento de solicitarlos (Arbañil et al., 2015).

En nuestra realidad como es el Cantón Chimbo, Ecuador, existe la Agencia Nacional de Tránsito, la cual afronta una serie de incomodidades de sus clientes por sus servicios prestados como son, procesos de emisión de licencias, tramites en línea que se realizan en la página de la institución y proceso para la emisión de aportes económicos por las especies, la persistencia de reclamos es un indicador

donde muestra que la calidad del servicio proporcionado debe mejorarse en el menor tiempo posible.

Pues al momento de realizar el proceso de cualquier trámite de emisión de Licencias de conducir, el sistema que se utiliza para realizar el trámite es lento o a veces colapsa y no se puede seguir realizando el proceso por lo que debido a este inconveniente el usuario desafortunadamente debe esperar hasta que funcione correctamente el sistema. Además, otro de los malestares de los usuarios es que en la realización de Certificaciones en línea se produce errores al momento de generar el documento, y no lo pueden obtener.

Por lo expuesto anteriormente es necesario plantearse las siguientes interrogantes ¿Cuál es el trato que reciben los usuarios en el centro de licencias de conducir en el cantón Chimbo Ecuador? ¿Cómo es el trato que reciben los usuarios en la oficina de licencias de conducir en el cantón Chimbo? ¿Cómo es la información recibida en la oficina de licencias de conducir del cantón Chimbo Ecuador?

Esta investigación se enmarca en los enfoques conceptuales, teorías de calidad y satisfacción, considerando que la calidad se considera como un problema importante, pues ayuda a satisfacer y conservar a los clientes; en consecuencia, cuanto mejor sea la calidad del servicio, mayor es el valor percibido por los clientes; el valor percibido también se conceptualiza como un desencadenante de la satisfacción del cliente, porque al recibir un alto valor de servicio, conllevará a una alta satisfacción, dicha satisfacción está definida como el valor que otorgan las personas sobre la calidad de servicios recibidos en cuanto al trato personal, información recibida, tiempo resultados de gestión accesibilidad y facilidad para realizar los servicios (Cama, 2018).

Con el afán de fortalecer y mejorar esta problemática expuesta la presente investigación se dirige en la Agencia Nacional de Transito del Cantón Chimbo, que está situado en el centro de la Provincia de Bolívar en un repliegue de la Cordillera Occidental de los Andes. Su cabecera cantonal es la ciudad de San José de chimbo, la relevancia de este estudio radica en su capacidad para beneficiar a la sociedad al ofrecer a la institución una comprensión detallada de los factores críticos que deben considerarse al proporcionar servicios a los ciudadanos.

## **CAPÍTULO II**

### **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

#### **2.1 Bases teórico - científicas**

##### **2.1.1. Calidad del servicio**

Consiste en garantizar la atención a los usuarios y brindarles un servicio donde estos se sientan satisfechos, cuando esto sucede transformamos a las organizaciones en eficaces. Las características para medir la calidad del servicio son más fáciles de visualizarlo, puesto que se conceptualiza como tangibles. Para ello es necesario tener bien claro e identificado el perfil de nuestro público objetivo, puesto que, al conocerlo, nos podemos enfocar en un público determinado con mayor exactitud (Tarrillo, 2022).

Para Deming, calidad es convertir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad no puede estar definida solamente en términos del agente y para medir la calidad de servicio existen algunas diferencias de criterio. La principal se refiere a saber qué es lo que realmente se está midiendo, pues generalmente encontramos tres tendencias de constructos que se usan para evaluar la calidad del servicio, estas son calidad, satisfacción y valor (Deming, 2016).

La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos, en primer lugar, se dice que la calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto, en segundo lugar, la calidad consiste en libertad después de las deficiencias, esto significa calidad del producto. De manera más específica, es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la

información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos (Lozano, 2018).

En esa línea, existen dos tipos de calidad la calidad objetiva y la calidad subjetiva. La calidad objetiva se enfoca en la perspectiva del productor y la calidad subjetiva en la del consumidor, donde las actividades relacionadas con la calidad eran inicialmente reactivas y orientadas hacia la inspección y el control estadístico de calidad, enfoque que posteriormente establecerá la calidad objetiva (Vázquez et al., 2006).

Por lo tanto, la calidad objetiva es una visión interna de la calidad, pues es vista desde un enfoque de producción. cuyo objetivo básico es la eficiencia y por ello se usa en actividades que permitan ser estandarizadas es decir realizar un control estadístico de la calidad. Mientras que la calidad subjetiva se obtiene a través de la determinación y el cumplimiento de las necesidades, expectativas y deseos de los clientes, dado que las actividades del servicio están altamente relacionadas con el contacto con los clientes (Vazquez et al., 2006).

Mientras que, la calidad del servicio, se refiere a la calidad percibida, es decir al juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto, por ello es subjetiva, presume un nivel de abstracción más alto que cualquiera de los atributos específicos del producto y tiene una característica multidimensional. Y se valora como alta o baja en el marco de una comparación, respecto de la excelencia o superioridad relativas de los bienes y/o servicios que el consumidor ve como sustitutos (Duque, 2005).

A diferencia de la calidad en los productos, que puede ser objetivamente medida mediante indicadores como número de defectos o duración, sin embargo, la calidad en los servicios es algo efímero que puede ser difícil de medir debido a la intangibilidad de los servicios originando ser percibidos en gran medida de una forma subjetiva (Parasuraman et al., 2015).

Dada esta diferenciación, el concepto de calidad del servicio se refiere al ajuste de servicio entregado a las expectativas de los consumidores. Por otro lado, las percepciones son las creencias que tienen las personas sobre el servicio recibido. Otro planteamiento en la misma línea de ideas, es que la calidad de servicio depende mucho de realizar la comparación del servicio percibido con el servicio esperado (Kumasey, 2014).

De manera que para evaluar la calidad la escuela americana, al modelo propuesto por Zeithaml y Berry en el año 1988, le denominaron modelo SERVQUAL, que es el planteamiento más utilizado en el mundo académico por ser un instrumento que permite la medición de la calidad de servicio percibida, cuyas dimensiones son: 1. Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales. 2. Confianza o empatía: Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario). 3. Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. 4. Responsabilidad: Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa las anteriores dimensiones de profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad). 5. Capacidad de respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido (Contreras et al., 2019).

Referente a la fiabilidad, se dice que es un acto de postura que conlleva a no alterar el control de otro individuo ni el tiempo se cumplen lo que se dice y promete es cada habilidad de guiarse de lo que dijo y actuó sea verdad y confiable. Para poder contar con una buena confiabilidad se tiene que satisfacer los requerimientos de calidad de productos y servicios de una práctica éticamente con argumento o defensa es usado generalmente para expresar un grado de confianza y sobre todo seguridad en un ambiente exitoso durante un tiempo determinado, con el transcurso del tiempo se fue distorsionando en sus orígenes y sistemas por recursos diversos donde ahora es más específica (Gonzales y Huanca, 2020).

Mientras que la capacidad de servicio va de la mano con la responsabilidad de la propia institución, es decir de qué manera brinda sus servicios de manera voluntaria a los usuarios con eficacia y eficiencia la misma que debe ser rápida y ordenada de



manera que se satisfaga a los usuarios La capacidad de respuesta es la habilidad de interactuar con las personas que viene en busca de servicios rápidos y de calidad (Blanco, 2009).

Cuando se habla de la dimensión seguridad, está relacionado a que el producto o servicio que se ofrece en una institución debe ser confiable, seguro y creíble.

pues la seguridad promueve procesos en las organizaciones porque intervine con gran fuerza en la capacidad para poder sentirse seguro en un lugar determinado, esto incluye además que la infraestructura en donde se ofrece el servicio debe contar con adecuadas medidas de seguridad, sin afectar en el servicio que se ofrezca (Jha et al., 2019).

Así mismo la empatía es una habilidad para conocer el comportamiento de las personas, como las necesidades, sentimientos o problemas que podría estar atravesando la otra persona, esto quiere decir ponerse en el lugar del otro para lograr que esté de acuerdo y satisfecho con todo lo que queremos ofrecer o transmitir con mucho respeto, cordialidad y simpatía, demostrando claramente un nivel de comprensión elevado. Las personas empáticas deben despojarse de apariencias negativas, deben ser ellas mismas con la finalidad de lograr un gran desarrollo en su vida cotidiana (Balart, 2018).

Y cuando se habla de tangibilidad es aquello que puede tocar, y se aplica en numerosos contextos de la vida cotidiana. Es algo que existe en el mundo de una manera concreta, física, por ello los atributos tangibles son aspectos claves que van a influenciar en la determinación para el diseño de producto o servicio a través de valores y preferencias por parte del consumidor, notando así los puntos de fortalecimiento para una mejor competitividad además de la invocación clave para un desarrollo, es decir que lo tangible viene a ser los materiales de comunicación, el colaborador, instalaciones, equipos componentes que entregan representaciones del local u organizaciones para poder tener un ambiente adecuado siendo utilizados frecuentemente para sus servicios hacia el consumidor (Faccio, 2018).

### **2.1.2. Satisfacción de usuarios**

Ahora bien, en lo que a satisfacción se refiere, es resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado. El proceso de medición de la calidad del servicio implica que dadas sus características se establezcan diferentes dimensiones de evaluación que permitan un juicio global de ella. Estas dimensiones son elementos de comparación que utilizan los sujetos para evaluar los distintos objetos (Encinas y Cavazos, 2016).

Entonces cuando se habla de calidad también se habla de satisfacción de usuarios que son quienes con sus percepciones y opiniones van a evaluar la calidad de servicio, por lo tanto la satisfacción está inmersa en el proceso de evaluación, en donde podemos darnos cuenta los aspectos negativos que perjudican la prestación de servicios ,también se dice que la satisfacción no solo reconoce la calidad, sino que abarca la manera de atención de los empleadores, es decir la manera como estos ofrecen el servicio y como ellos exceden sus expectativas (Rodríguez, 2018).

Además sobre la satisfacción se dice que es el nivel de sensación que le queda al consumidor después de realizar el trámite o gestión, puesto que antes de realizar los trámites todo usuario tiene expectativas; donde el fin principal de toda organización es posicionarse en la mente y corazón de las personas en base de lo que va adquirir, aplicando a través de tres beneficios, uno donde el cliente satisfecho retomara al establecimiento a requerir los servicios nuevamente o sencillamente se desmotive y no quiera volver a regresar (Kotler, 2018)

Cabe destacar que las dimensiones de la satisfacción son: desempeño percibido, expectativas, conformidad, atención de quejas e información. El desempeño percibido es la experiencia que el cliente o usuario cree tener con el servicio recibido. La percepción del usuario o cliente consiste en una visión mental puesto que este puede ser aceptado o no sencillamente cuando no llena sus expectativas y no le satisface como indica (Vargas, 2018).

Por otro lado, la percepción es el proceso evolutivo sensorial y cognitivo a través de una complejidad de estímulos de las personas con el único fin de adaptarlos a su manera y un buen nivel de comprensión donde pueda identificar y responder a través de sus sentidos emocionales y/o estímulos adquiridos de la conciencia con

reconocimientos e interpretación para distintas reacciones a futuro (Correa et al., 2018).

Mientras que las expectativas son las representaciones que se posee ante las demás personas, a través de un esfuerzo almacenado. El valor siempre varía en las personas y nunca se podrá satisfacer a los usuarios por igual, de ahí que las expectativas van a depender de la manera de percibir las cosas, pues, puede ser que para una persona se logre la capacidad necesaria de lo que buscaba, mientras que para otros quizás no sea así y piense que el servicio lo pudo recibir en otro lugar y de mayor calidad (Lazarus et al., 2018).

Así mismo las expectativas son la esperanza donde los consumidores tienen por lograr algo, es aquí donde las entidades deben de trabajar y establecer muy bien el nivel de expectativa que quieren conseguir hacia sus servicios en vista a que tiene diversos factores tanto positivos y negativos ya que al emplear expectativas un poco apagadas no se atraerán bastantes consumidores pero caso las expectativas sean altas y estas no consigan hacer sentir bien a los usuarios, estos, se sentirán decepcionados (Faccio, 2018).

Al mismo tiempo los juicios de satisfacción son el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado. El proceso de medición de la calidad del servicio implica que dadas sus características se establezcan diferentes dimensiones de evaluación que permitan un juicio global de ella. Estas dimensiones son elementos de comparación que utilizan los sujetos para evaluar los distintos objetos y para cumplir con las expectativas de los clientes es necesario tener en cuenta lo siguiente: tener una buena comunicación y atención al usuario, no prometer lo que no se puede cumplir, buscar soluciones y ser empáticos (Ministerio de Salud, 2018).

Es así que la conformidad de un servicio es cuando una organización o institución cumple con sus requisitos definidos, respetando la ley, en otras palabras, es la actividad importante que da respaldo y garantía a la credibilidad de dicha institución, lo que para la administración pública es conseguir que la calidad percibida por los ciudadanos coincida con la que ellos esperaban (Rodríguez, 2018).

Por lo tanto, en toda institución es necesario poner atención a las quejas de los usuarios porque permiten a la organización mejorar en los puntos en que se siente incómodos los usuarios, corregir problemas individuales cuando es posible e identificar puntos comunes de falla en el servicio. La atención de quejas fortalece a la institución es la mejor manera de escuchar, poner atención y elaborar planes de mejora (Vergara, 2017).

Es decir que la información consiste en la percepción que tiene el usuario de la calidad del servicio que recibió, lo importante en una institución es la información que se le provee a los usuarios, porque ellos vienen a solicitar un servicio y desconocen el proceso que debe seguir para lograr realizar una acción. El desconocimiento de estos procesos genera incertidumbre, temor y pérdida de tiempo, es por ello que es considerado unos de los aspectos más relevantes de la satisfacción del usuario desde la forma en que permite hacer las búsquedas hasta la lista de resultados que obtiene (Hernández, 2019).

## **2.2 Antecedentes**

### **2.2.1 Antecedentes internacionales**

Chinchay, (2020). En su investigación “Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa de telecomunicaciones Fiberblu Perú, Comas, 2021”. Se planteó como objetivo, determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una empresa de telecomunicaciones, participaron 80 personas. Estudio de tipo descriptivo – correlacional; de diseño no experimental; en sus resultados destacan que existen correlación media significativa expresada con un Rho de Spearman de 0,402 al nivel de significación 0,000. Siendo imprescindible que los jefes administradores apliquen políticas de mejora continua para fidelizar aún más a los clientes.

Gálvez, (2019). Llevo a cabo un estudio “Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual”. Universidad Católica San Antonio, Murcia, España.2018, determino las relaciones que se producen entre la calidad del servicio, la satisfacción del usuario, las intenciones de comportamiento, y la calidad de vida, de los usuarios del servicio, participaron 85 personas, el trabajo fue descriptivo. Los resultados fueron que la

calidad del servicio tiene relación directamente con la satisfacción de las personas, que la confiabilidad tiene relación directa con la satisfacción de los usuarios y que la tangibilidad tiene relación directa con la satisfacción de los usuarios,

Concluyendo que la calidad del servicio está relacionada directamente con la satisfacción de los usuarios. Se concluye que la satisfacción del usuario influye sobre la calidad del servicio, de tal manera que los incrementos en la satisfacción del usuario producen incremento en la calidad del servicio. y que la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del usuario es bidireccional, de manera que ambos constructos son causa y consecuencia el uno del otro.

Álvarez y López, (2018). En su Investigación “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales” 2018, el objetivo fue determinar la percepción, de los clientes, acerca de la calidad del servicio ofrecido en una red de supermercados del gobierno, participaron 130 personas, el tipo de estudio fue descriptivo simple correlacional. Los resultados resaltaron una discrepancia del 25.4% entre las percepciones de los clientes y sus expectativas, indicando la presencia de oportunidades de mejora en las áreas de tangibilidad y fiabilidad. Esto se manifiesta particularmente en la apariencia de los locales y en el tiempo de espera en las cajas. En conclusión, se evidencia una correlación entre la satisfacción del usuario y la calidad de los servicios, especialmente en este estudio, donde las discrepancias entre percepciones y expectativas no arrojaron resultados positivos.

Carreazo, (2018). En su artículo “Servicio de atención y satisfacción del usuario en la Municipalidad de Carabayllo, Lima 2018”, con el objetivo fue determinar la relación entre el servicio de atención y la satisfacción del usuario, participaron 180 personas, el tipo de estudio fue cuantitativo correlacional los resultados fueron que existe relación significativa entre la empatía con la satisfacción de con la satisfacción de usuarios, igualmente sucede con la tangibilidad y la satisfacción de los de usuarios. Concluyendo que hay correlación positiva y significativa que involucra a ambas variables estudiadas; significando que, si el nivel del servicio de atención es regular entonces el nivel de satisfacción que demuestran los usuarios será igualmente regular.

Vilca, (2018). En su investigación “influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de Cabana, Moquegua 2018”, su objetivo fue determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los administrados. Participaron 148 personas, el estudio fue cuantitativo simple correlacional, los resultados fueron que el 75% respondió que la calidad influye positivamente en la satisfacción de las personas. Concluyendo que existe relación fuerte entre las variables calidad de servicio y satisfacción del administrado, afirmando que, si la calidad de la prestación del servicio es alta, la satisfacción de los administrados es mayor.

Moreno, (2018). En su investigación “Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la cabaña de Don Parce, Piura 2018”, El propósito fundamental de este estudio consistió en medir el nivel de satisfacción experimentado por los clientes que frecuentaban dicho restaurante. La muestra comprendió a 265 consumidores, quienes fueron entrevistados en el marco de una metodología descriptiva correlacional. Los resultados obtenidos revelaron que el 65% de los participantes expresaron un alto grado de satisfacción en aspectos relacionados con la seguridad, la empatía y la capacidad de respuesta del establecimiento. Por otro lado, el 35% restante calificó como deficiente la calidad en dimensiones tales como infraestructura, elementos tangibles y atención al cliente. En base a estos hallazgos, se llegó a la conclusión de que efectivamente existe una relación entre las diferentes variables que influyen en la calidad y la satisfacción en este contexto específico.

Yucra, (2019). Realizó una investigación “La calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de las Piedras, 2018”, con el objeto de determinar la relación que puede existir entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el municipio de Las Piedras, se trabajó con una población de 356 personas y el tipo de estudio fue descriptivo, explicativa y correlativa. Los resultados fueron que la confiabilidad está relacionada con la satisfacción del usuario en la comunidad. En otras palabras, la organización no realiza sus servicios satisfactoriamente, no brinda servicios confiables y diligentes a los usuarios. La seguridad está relacionada con la satisfacción del usuario. Esto no afecta aspectos como la garantía, la resolución de reclamos de los usuarios y la confianza en los

servicios que brinda esta institución se concluye que no existe una formación continua de los trabajadores y empleados de la empresa; un alcalde que deja a los usuarios insatisfechos e inseguros de que estén recibiendo un excelente servicio.

La empatía está relacionada con la satisfacción del usuario. Dado que las respuestas en su mayoría nunca fueron suficientes ya veces suficientes, hay simpatía en el servicio; Esto significa incidir en aspectos como el buen trato, frases como “el cliente siempre tiene la razón”, la comunicación asertiva, la comprensión y el deseo de servir a los usuarios que visitan ese establecimiento.

Ochoa y Vega, (2018). Desarrollaron este estudio “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad José Leonardo Ortiz, Chiclayo 2018”, El propósito principal de esta investigación fue analizar la conexión existente entre la calidad del servicio proporcionado por la municipalidad y el nivel de satisfacción experimentado por sus usuarios. La muestra de estudio estuvo compuesta por 150 personas, y la metodología utilizada fue descriptiva de tipo simple correlacional.

Los resultados obtenidos señalaron que la calidad del servicio en la municipalidad se ve afectada por la falta de compromiso por parte de algunos empleados municipales para brindar un servicio de alta calidad. Específicamente, se observó una relación negativa entre la empatía exhibida por los trabajadores y la satisfacción de los usuarios. Además, se evidenció una lentitud significativa en la capacidad de respuesta, lo que llevó a la conclusión de que existe una correlación entre la eficiencia en la respuesta y la satisfacción de los usuarios del servicio. Esta misma tendencia se observó en la dimensión de empatía, donde el coeficiente de correlación de Pearson para ambas variables arrojó un valor de 0,516, indicando una relación moderada entre estos aspectos.

Riqueros, (2018) En su estudio “calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas 2017”, determino la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de dicha Municipalidad Provincial, participaron 68 personas, el estudio fue cuantitativo correlacional, cuyos resultados fueron que existe relación directa entre la tangibilidad con la satisfacción de los de usuarios, de la misma manera sucede con la confiabilidad con la satisfacción de usuarios,  $r = 0,89$  Concluyendo que existe correlación directa entre

variables y que a mayor o menor cambio que exista en la calidad de servicio, mejor o peor cambio serán los niveles satisfactorios de los usuarios.

Huaman, (2018). Investigo “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo,2017”. Determino la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, la población lo constituyeron 361 personas. el tipo de estudio fue descriptivo simple correlacional. Los resultados fueron que el 89% presento una satisfacción moderada, además existe relación entre la seguridad con la satisfacción de los usuarios. Concluyendo que la relación entre calidad de servicios y satisfacción del usuario es moderada y que existe relación directa entre en los servicios que brinda la Municipalidad Provincial de Corongo, además podemos indicar que solo el 4.4% de los usuarios indicaron que la calidad de servicio es alta y se sienten satisfechos con los servicios en dicha municipalidad.

### **2.2.2 Antecedentes nacionales**

Ajila y Aguirre, (2022). En su artículo “Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del consumidor en la cámara de comercio de Guayaquil, Ecuador 2022”. Con el objetivo fue analizar la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. El principal resultado es que los servicios con mayor aceptación por parte de los afiliados son los eventos gratuitos, la asesoría jurídica y los cursos de capacitación del Instituto de Desarrollo Profesional, IDEPRO, mientras que quienes no participan disfrutan del desarrollo y mayor conectividad a la red. Con estos resultados se puede concluir que una buena asistencia es la mejor publicidad de la organización.

Mosquera et al., (2018). Este trabajo de investigación se enfoca en la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's en Guayaquil. Dado el aumento en la competencia en la industria restaurantera, es crucial para las empresas evaluar continuamente su calidad de servicio para mantener la satisfacción del cliente. La meta principal fue analizar la relación entre calidad del



servicio y satisfacción de los clientes en Rachy's. La metodología emplea un enfoque mixto, utilizando el modelo Servqual para encuestas cuantitativas a los clientes y entrevistas cualitativas para profundizar en las variables de estudio. Los resultados revelan insatisfacción en las áreas de respuesta inmediata y empatía. Se identifica una correlación positiva entre calidad de servicio y satisfacción del cliente. Además, se destaca la necesidad de mejorar la capacitación y motivación del personal, lo que podría lograrse mediante programas de calidad y capacitación, creando así una ventaja competitiva para la empresa.

## **2.3 Definición de términos Básicos**

### **2.3.1 Calidad de servicios.**

Es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función a la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Berry et al, 1993)

### **2.3.2 Satisfacción.**

Es una respuesta emocional de los usuarios de atención, de servicios recibidos, sobre aspectos sobresalientes relacionados con la atención recibida y señalan que la satisfacción es un indicador confiable para evaluar la calidad de servicios. (Donabedian, 1983)

### **2.3.3 Usuarios.**

Es aquella persona que de manera habitual haga uso de un determinado servicio, independientemente del sector en el que se encuentre ese producto, o servicio. (Alarcón, 2007, p.605)

### **2.3.4 Satisfacción del usuario.**

Es el principal criterio cuando se trata de determinar la calidad del producto o servicio, y es clave para la perdurabilidad de la empresa dado que influye en la decisión del usuario de repetir en la experiencia del servicio y su efecto multiplicador en términos de comunicación "boca en boca". (Pizam y Ellis 1999)

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. Hipótesis

##### Hipótesis general

- H<sub>A</sub>:** Existe relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo Ecuador, 2023
- H<sub>0</sub>:** No existe relación positiva ni significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.

#### 3.2. Hipótesis específicas.

- H<sub>A1</sub>:** Existe relación entre la confiabilidad con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo
- H<sub>01</sub>:** No existe relación entre la confiabilidad con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo
- H<sub>A2</sub>:** Existe relación entre la capacidad de respuesta con la con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo
- H<sub>02</sub>:** No existe relación entre la capacidad de respuesta con la con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.

- H<sub>A3</sub>:** Existe relación entre la seguridad con la satisfacción con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.
- H<sub>03</sub>:** No existe relación entre la seguridad con la satisfacción con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.
- H<sub>14</sub>:** Existe relación entre la empatía con la satisfacción de con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.
- H<sub>04</sub>:** No existe relación entre la empatía con la satisfacción de con la satisfacción de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.
- H<sub>15</sub>:** Existe relación entre la tangibilidad con la satisfacción de los con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.
- H<sub>05</sub>:** No existe relación entre la tangibilidad con la satisfacción de los con la satisfacción de usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.

### **3.3. Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis**

#### **3.3.1 Tipo de estudio:**

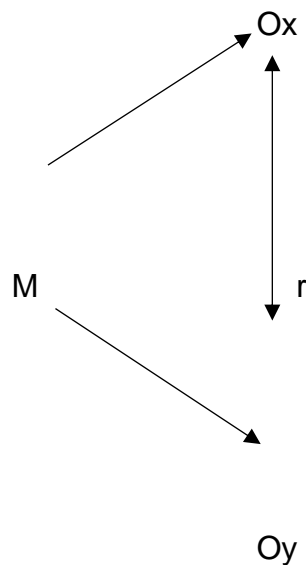
La presente investigación correspondió al enfoque cuantitativo, porque el uso de herramientas del sistema cuantifica los datos para su procesamiento estadístico. En términos de manipulación de variables, se ajustó a un tipo no experimental en términos de Fernández y Baptista (2017) Se puede definir como una investigación realizada sin manipulación intencional de variables. Es decir, estos son estudios en los que intencionalmente no cambiamos las variables independientes para ver su efecto en otras variables (Hernández et al., 2018). Según su fin que persigue es descriptiva porque hace una descripción de fenómenos, situaciones contextos y/o

eventos tratando de especificar sus características, propiedades, perfiles de personas, grupos, u objetos para ser analizados y correlacional porque tiene la intención de responder preguntas de investigación, este tipo de investigación está diseñado para medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables (Hernández et al., 2018).

### 3.3.2 Diseño de investigación:

El diseño descriptivo correlacional permitió medir la relación que existe entre dos o más variables, se analiza el concepto de dimensiones destacando las características más destacables de un grupo de personas, una comunidad o cualquier fenómeno. Se llevó a cabo un enfoque de diseño no experimental con un formato transversal, ya que no se alteró ni intervino en las variables investigadas, siendo recopilada la información correspondiente.

El diseño de la investigación se realizó mediante el siguiente esquema:



Donde:

M : Muestra con quien investigaremos.

Ox : Establece las observaciones de la variable calidad de servicio

Oy : Establece las observaciones de la variable satisfacción del usuario

r : Establece el índice de correlación entre ambas variables.

### **3.3.3 Lugar de ejecución:**

La investigación se ejecutará en la ciudad San José de Chimbo, en el área de licencias de conducir de la Agencia Nacional de Transito (ANT).

## **3.4 Población, muestra y muestreo**

### **3.4.1 Población:**

Se refiere al conjunto completo y total de elementos, individuos, objetos o unidades que comparten una característica particular que está siendo estudiada. (Hernández et al., 2018, p.174)

La población estaba constituida por 125 usuarios a quienes se les brindo el servicio en la Agencia de Atención de Tránsito en el cantón Chimbo, con el fin de medir la calidad de atención y satisfacción en usuarios para la emisión de licencias de conducir.

### **3.4.2 Muestra:**

Se refiere a un grupo específico y representativo seleccionado de manera intencional de una población más amplia con el propósito de llevar a cabo un estudio o investigación. Al constituir un subconjunto que se examina y analiza minuciosamente, posibilita la obtención de conclusiones válidas y generalizables sobre la población total, basadas en los resultados derivados de esta muestra.

(Hernández et al., 2018, p.175)

Se determino mediante a la fórmula de población finitas (Condori, 2020. p.6)

$$n_1 = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + E^2 (N - 1)}$$

Dónde:

- Z = Nivel de confianza al 95% (1,96)  
 P = Probabilidad de éxito (cuando es desconocida P=0.5)  
 Q = Probabilidad de fracaso o desconocimiento (Q=1-P)  
 E = Margen de error (0.5)  
 N = Tamaño de la población= 125 usuarios

$$n_1 = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5) (125)}{(1,96)^2 (0,5)(0,5) + (0,05)^2 (125-1)}$$

$$n_1 = \frac{120.05}{1.2704} = 94.4977$$

Para el desarrollo del trabajo, se aplicó una encuesta a la muestra de 95 usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito, Cantón Chimbo, Ecuador, que constituían la muestra para esta investigación.

### 3.4.3 Muestreo:

Es el proceso de selección deliberada y representativa de un subconjunto de elementos o individuos de una población más amplia, con el propósito de realizar un estudio o investigación. El muestreo es fundamental en la investigación, ya que permite obtener información relevante y válida sobre la población completa sin necesidad de examinar todos sus miembros. La elección de una muestra adecuada es crucial para la generalización precisa de los resultados obtenidos de la muestra a toda la población. (Hernández et al., 2018, p.182)

La encuesta fue aplicada a 95 usuarios que acudieron durante la semana para solicitar un servicio de licencia de conducir en la Agencia Nacional de Tránsito durante el horario de atención.

### **3.5 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

#### **3.5.1 Métodos:**

Considerados como enfoques sistemáticos y organizados aplicados para abordar interrogantes o desafíos en investigaciones, este planteamiento implicó la ejecución de pasos y procedimientos específicos diseñados para garantizar una recopilación, análisis e interpretación de datos rigurosa y estructurada. (Hernández et al., 2018, p.304).

#### **a) Deductivo:**

Implicaba comenzar con teorías y conceptos generales previamente arraigados en el área de investigación. Estos fundamentos constituían la base para la formulación de hipótesis específicas que se someterían a evaluación y comprobación. A lo largo del proceso, se recopilaron datos que facilitaron la validación de la exactitud de las hipótesis. (Hernández et al., 2018, p.150).

#### **b) Inductivo:**

El proyecto adoptó una perspectiva inductiva según Collado, partiendo de la observación de casos concretos y específicos para extraer conclusiones generales. En este enfoque, se recopilaron datos y se analizaron patrones emergentes para desarrollar conceptos o teorías más amplias. El proceso implicó deducir principios generales a partir de ejemplos particulares, permitiendo una comprensión más profunda y una conceptualización que se derivó de la realidad observada. (Hernández et al., 2018, p. 8)

#### **c) Descriptivo:**

Partiendo de la observación de casos concretos y específicos para extraer conclusiones generales, en este enfoque se recopilaron datos y analizaron patrones emergentes para desarrollar conceptos o teorías más amplias. El proceso implicaba deducir principios generales a partir de ejemplos particulares, permitiendo una comprensión más profunda y una conceptualización que se derivaba de la realidad observada.

#### **d) Problemático – Hipotético:**

Esto implicaba abordar una problemática específica y plantear hipótesis como posibles soluciones o explicaciones. La investigación se centró en analizar la relación entre el problema y las hipótesis planteadas para evaluar su validez y ofrecer ideas clave hacia la resolución de la problemática inicial.

#### **e) Cuantitativo:**

En este estudio se empleó el método de la encuesta para obtener información y asegurar que el análisis se llevara a cabo con métodos cuantitativos, cuyos resultados podían inferirse a la población en general con ciertos márgenes de error y certeza. Como instrumento, se utilizaron dos cuestionarios elaborados por la investigadora, debidamente validados y confiables.

#### **f) Técnica:**

Se refieren a los procedimientos y métodos específicos utilizados para recopilar, analizar y presentar datos. Estas técnicas son herramientas concretas que permiten al investigador obtener información relevante y confiable, contribuyendo así a la consecución de los objetivos de investigación. Las técnicas varían según la naturaleza de la investigación, pudiendo incluir encuestas, entrevistas, observaciones, análisis de contenido y otros enfoques, dependiendo de las necesidades y la profundidad del estudio (Hernández et al., 2018, p.284).

### **3.5.2 Técnica de la encuesta**

En su esencia, la encuesta implica la elaboración de un cuestionario estructurado que contiene preguntas específicas y pertinentes. Posteriormente, este cuestionario se administra a los participantes seleccionados para su respuesta. La recopilación de datos mediante esta técnica permite el análisis de patrones y relaciones en la información recopilada, lo que a su vez proporciona conocimientos valiosos para abordar interrogantes de investigación y tomar decisiones informadas en diversas disciplinas (Katz et al., 2019. p.4).



Se diseñaron dos cuestionarios, uno por cada variable, con 20 preguntas en escala de Likert, que se aplicaron a la muestra probabilística de 95 usuarios.

#### **Técnica documental:**

Involucra la búsqueda crítica y la evaluación de fuentes confiables y pertinentes, seguida de la interpretación y síntesis de la información para generar conocimiento y respuestas a cuestionamientos de investigación. Este enfoque metodológico se utiliza en diversas disciplinas para explorar y analizar la información disponible y proporciona una base sólida para la toma de decisiones y la producción de nuevo conocimiento (MacDonald y Tipton, 2018 pag.126).

### **3.6 Instrumentos de recolección de datos**

La recolección de datos se define como el proceso sistemático y estructurado de obtener información relevante y precisa para abordar un problema de investigación específico. Implica la selección y uso de métodos y herramientas apropiadas para recopilar datos de manera coherente y confiable. En esta investigación utilizaremos el instrumento de la encuesta (Hernández et al., 2018 pag.207).

#### **3.6.1 Cuestionario:**

Un cuestionario sin plagio es un instrumento de medición válido y confiable que puede utilizarse para recopilar información precisa y útil. Al seguir los pasos descritos anteriormente, se puede elaborar un cuestionario sin plagio que cumpla con los objetivos de la investigación. (Hernández et al., 2018)

#### **3.6.2 Fichas bibliográficas**

Es una representación organizada de elementos clave que identifican una obra escrita. Su propósito principal es facilitar la ubicación y reconocimiento de la fuente original, incluyendo datos como autor, título, fecha y lugar de publicación.

#### **3.6.3 Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)**

El software conocido como es una herramienta de hoja de cálculo que tiene la capacidad de llevar a cabo operaciones matemáticas, algebraicas y trigonométricas. Además, funciona como un gestor de datos que facilita la

manipulación dinámica de la información y la presentación personalizada, eficiente y simple de los resultados, de acuerdo con las necesidades específicas. Esto permite a los investigadores obtener un análisis estadístico exhaustivo de los datos recopilados. (Mayorga et al., 2021)

### 3.7 Procesamiento y análisis de datos

En esta investigación, los datos empíricos se sometieron a un procesamiento estadístico para evaluar las relaciones entre las variables. Para ello, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, un índice estadístico que mide la fuerza de la asociación lineal entre dos variables. Los rangos de los coeficientes de correlación se muestran en la siguiente tabla.

**Tabla 1**

*Rango del coeficiente de correlación Rho de Spearman*

<b>Rango de Correlación</b>	<b>Interpretación</b>
0.00 a 0.19	Correlación muy débil
0.20 a 0.39	Correlación débil
0.40 a 0.59	Correlación moderada
0.60 a 0.79	Correlación fuerte
0.80 a 1.00	Correlación muy fuerte
1	Correlación perfecta

Fuente: (Hernández et al., 2018, p.322)

### **3.8 Validez y confiabilidad del instrumento:**

#### **3.8.1 Validez**

En términos generales, la validez de un instrumento de recolección de datos se relaciona con la precisión y competencia con las que este instrumento mide su objetivo de medición. Esto implica que las preguntas, los ítems o los componentes del instrumento deben estar en consonancia con el concepto o constructo bajo evaluación. En resumen, la validez de un instrumento se establece cuando logra de manera adecuada capturar y reflejar la dimensión o característica específica bajo estudio. Evaluar esta validez resulta crucial para garantizar una interpretación precisa de los resultados obtenidos, los cuales sustentan conclusiones sólidas en el marco de la investigación (Hernández et al., 2018 pag. 200).

La validación de los instrumentos se determinó mediante el juicio de expertos. En este proceso, se contó con la participación de 03 Agentes de la Agencia Nacional de Tránsito (Anexo 4).

#### **3.8.2 Confiabilidad:**

La evaluación de la confiabilidad del instrumento implicó un paso inicial mediante una prueba piloto que se llevó a cabo en la Agencia de Tránsito de Guaranda, ubicada en el Cantón Guaranda de la Provincia Bolívar. Este proceso fue complementado con el cálculo de la confiabilidad del instrumento, utilizando el coeficiente alfa de Cronbach.

Es fundamental obtener la confiabilidad de la escala a partir de los datos específicos de cada muestra, esto asegura una medición sólida del concepto dentro del grupo particular bajo investigación. Siguiendo criterios generales, George y Mallery proponen las siguientes recomendaciones para la evaluación de los coeficientes del alfa de Cronbach (Hernández y Pascual, 2018, pag.160):

**Tabla 2**

Coeficientes de alfa de Cronbach

<b>Rangos</b>	<b>Magnitud</b>
>0.90	Excelente
0.80 – 0.89	Bueno
0.70 – 0.79	Aceptable
0.60 – 0.69	Cuestionable
0.50 – 0.59	Pobre
<0.50	Inaceptable

Fuente: Hernández y Pascual, 2018, pag. 160

Basándonos en los resultados de esta evaluación, se observó un coeficiente de correlación de 0.748 tanto para la variable de calidad de servicio como para la variable de satisfacción de usuarios. Este valor supera el umbral de 0.7, según los estándares establecidos, lo cual indica que la correlación es aceptable. La relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios destaca la importancia de mantener altos niveles de calidad para fomentar la satisfacción en este contexto específico. (Anexo 4).

### **3.9 Definición y operacionalización de variables**

Variable 1: Calidad de atención

#### **3.9.1 Definición Conceptual:**

##### **a) Calidad de Servicio:**

Se define como un conjunto de experiencias que resultan de la comunicación entre una organización y un cliente, por lo que se considera la mejor manera de crear

una relación adecuada de la cual depende su supervivencia y éxito. Según estos autores, la satisfacción en el servicio hace que la empresa fidelice al cliente y por ello debe comprender la importancia de esta práctica (Garcia, 2018).

**b) Definición operacional:**

Esta variable será medida de acuerdo a sus dimensiones confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y tangibilidad de cuyo contenido se diseñarán cuestionarios valorados con la escala de Likert de las siguientes categorías: Muy bueno, Bueno, Regular, malo y muy malo aplicándose a una muestra de 95 usuarios que solicitan el servicio Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo. (Anexo.2)

**Tabla 3**

*Definición operacional de calidad de servicio*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>
Confiabilidad	• Trato igual para todos	1,2,3,	Muy bueno,
	• Solución de problemas		Bueno,
	• Información clara y segura	4,5	Regular,
	• Atención oportuna y amable		Malo,
			Muy malo
Capacidad de respuesta	○ Rapidez en la atención al usuario	6,7,8,	Muy bueno,
	○ Tiempo de espera corto		Bueno,
	○ formularios cortos y fáciles de llenar	9,10	Regular,
	○ horario conveniente para la atención a los usuarios		Malo,
			Muy malo
Empatía	• Señalizaciones accesibilidad para personas con discapacidad	11,12,	Muy bueno,

	• Entendimiento	13,14,	Bueno,
	• Atención		Regular,
	• Conocimiento necesidades del cliente	15	Malo,
	• Horarios de atención flexible		Muy malo
Tangibilidad	○ Instalaciones cómodas		Muy bueno,
	○ Atractivas	16,17,	Bueno,
	○ Apariencia del trabajador		Regular,
	○ Equipos y mobiliario	18,19,	Malo,
	○ Zonas de seguridad	20	Muy malo

---

Fuente: Cuestionario 1. Calidad de servicio

## Variable 2: Satisfacción de usuarios

Es una respuesta positiva que resulta del encuentro de un consumidor con un producto o servicio, un estado emocional que se desarrolla en respuesta a su evaluación. Los investigadores de marketing y comportamiento del consumidor se han interesado por el concepto de satisfacción desde finales de la década de 1960, aunque hoy en día no existe un consenso sobre su definición y naturaleza. Investigaciones recientes entienden la satisfacción como una respuesta emocional resultante de un juicio cognitivo, y también se ha demostrado que tiene un impacto directo en la intención del consumidor y la lealtad del comportamiento (Dos Santos, 2016).

### c) Definición operacional

Esta variable será medida de acuerdo a sus dimensiones, percepciones, expectativas, conformidad de cuyo contenido se diseñarán cuestionarios valorados con la escala de Likert de las siguientes categorías: totalmente satisfecho, satisfecho, indiferente, insatisfecho y totalmente insatisfecho aplicándose a una muestra de 94 usuarios que solicitan el servicio Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo. (Anexo.3)

**Tabla 4***Definición operacional de satisfacción de usuarios*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>
Percepciones	• Calidad del servicio		
	• Costo de los tramites	1,2	
	• Mejoramiento de los servicios	3,4	
	• Amabilidad en el trato		
Expectativas	• Atención rápida y calidad		
	• Tiempo de espera adecuado	5,6	
	• Horario adecuado	7,8	
	• Resultados rápidos		
Conformidad	• Conformidad con señalizaciones y acceso de personas con discapacidad		totalmente satisfecho, satisfecho, indiferente, insatisfecho
	• Conformidad de servicios recibidos	9,10	
	• Conformidad con la atención del personal	11,12	totalmente insatisfecho
Atención de Quejas	○ Solución		
	○ Predisposición	13,14,	
	○ Repetición de reclamos	15,16	
	○ Resultado		
Información	• Medios de comunicación	17,18,	
	• Veracidad	19,20	

Fuente: Cuestionario 2. Satisfacción de usuarios

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSION

#### 4.1 Resultados

##### 4.1.1 Para el objetivo general

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 5**

*Relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios*

Calidad de servicio				Satisfacción del usuario			
Nivel	Puntuación	N	%	Nivel	Puntuación	N	%
Alta	74 – 100	47	49.50%	Muy Satisfecho	74 - 100	56	58.9%
Media	47 – 73	48	50.50%	Satisfecho	47 - 73	39	41.1%
Baja	20 – 46	0	0	Insatisfecho	20 - 46	0	0
	<b>Total</b>	95	100%		<b>Total</b>	95	100%

Fuente: aplicación de encuesta.

Los resultados de la encuesta aplicada revelaron que las respuestas sobre la calidad de servicio, en relación a los servicios ofrecidos por la entidad, mostraron un nivel medio del 50.50% y un nivel alto del 49.50%, basándose en sus dimensiones de confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y



tangibilidad. Esto evidenció una influencia significativa en la satisfacción de los usuarios, alcanzando un nivel alto del 58.9%, donde los usuarios expresaron estar muy satisfechos con el servicio prestado. Mientras tanto, en el nivel medio, el 41.1% manifestó estar satisfecho.

Estos resultados respaldan la noción de que un servicio de calidad, eficiente y eficaz, satisface las expectativas de los usuarios de la Agencia de Tránsito del Cantón Chimbo.

#### 4.1.2 Prueba de hipótesis para el objetivo general

La influencia de la calidad de servicio es significativa en la satisfacción de los usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 6**

*Correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios*

			Calidad de Atención	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de Atención	Coeficiente de correlación	1000	.550"
		Sig. (bilateral)		<,001
		N	95	95
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	.550"	1000
		Sig. (bilateral)	<,001	
		N	95	95

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Aplicación del SPSS

En la investigación anterior, se llevó a cabo un análisis de correlación entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario. Los resultados revelaron un coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0.550, con una significancia estadística p-valor inferior a 0.001 en ambas direcciones. Este hallazgo indica una correlación positiva y significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario.

Este resultado caería en el rango de correlación moderada, evidenciando que un aumento en la calidad de atención se asocia con un aumento en la satisfacción de los usuarios. Este hallazgo refleja la importancia de mantener altos estándares de calidad en la atención para promover la satisfacción de los usuarios.

#### 4.1.3 Para el objetivo específico 1

Determinar la influencia de la confiabilidad en la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 7**

Influencia entre la confiabilidad en la satisfacción de usuarios

Confiabilidad				Satisfacción del usuario			
Nivel	Puntuación	N	%	Nivel	Puntuación	N	%
Alta	16 - 20	38	40%	Muy Satisfecho	74 - 100	56	58.9%
Media	10 - 15	57	60%	Satisfecho	47 - 73	39	41.1%
Baja	04 - 09	0	0	Insatisfecho	20 - 46	0	0
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Fuente: aplicación de encuesta.

La dimensión de confiabilidad, que indicaba un buen trato al usuario, así como una pronta solución de problemas donde se emitía información clara y oportuna con el fin de otorgar una atención oportuna y amable, reveló que estaba representada por un nivel medio del 60% y un 40% de nivel alto en el pasado. En cuanto a la aceptación, tuvo implicancias en la satisfacción de los usuarios, alcanzando un 58,9% para un nivel alto y un 41,1% para un nivel medio, según manifestaron los usuarios en ese momento, quienes se sentían satisfechos.

#### 4.1.4 Prueba de hipótesis para el objetivo específico 1

La influencia de la confiabilidad es positiva y significativa en la satisfacción de los usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 8**

*Correlación entre la confiabilidad y la satisfacción de usuarios*

		Confiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coeficiente de correlación	1000
		Sig. (bilateral)	0,073
		N	95
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,073
		Sig. (bilateral)	0,483
		N	95

**\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)**

En el análisis previo, se exploró la correlación entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario mediante el coeficiente de correlación de Spearman (Rho). Los resultados indicaron una correlación muy débil y no significativa entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de 0.073. En este contexto, la correlación no alcanzó niveles significativos, lo que sugiere que, en este conjunto de datos específico, la confiabilidad no presenta una relación fuerte ni positiva con la satisfacción del usuario.

Estos resultados de esta correlación sugieren que, en este estudio, la confiabilidad no influyó de manera sustancial en la satisfacción de los usuarios. Esto podría indicar la necesidad de explorar otros factores o dimensiones que puedan tener un impacto más significativo en la satisfacción de los usuarios en el contexto evaluado.

#### 4.1.5 Para el objetivo específico 2

Fue determinar la influencia de la capacidad de respuesta en la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

#### **Tabla 9**

*Influencia entre la capacidad de respuesta en la satisfacción de usuarios*

Capacidad de respuesta				Satisfacción del usuario			
Nivel	Puntuación	N	%	Nivel	Puntuación	N	%
Alta	16 - 20	58	61%	Muy Satisfecho	74 - 100	56	58.9%
Media	10 - 15	37	39%	Satisfecho	47 - 73	39	41.1%
Baja	04 - 09	0	0	Insatisfecho	20 - 46	0	0
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Fuente: aplicación de encuesta.

En la evaluación de la dimensión de capacidad de respuesta, que engloba la disposición del colaborador para atender al usuario, la comprensión fácil de los requisitos para trámites, y la integración eficaz y eficiente de las necesidades, se observa que el 61% de los encuestados respondieron con un nivel alto. Este resultado indica que la mayoría de los participantes expresaron un elevado grado de satisfacción. Por otro lado, el 39% indicó un nivel medio, evidenciando cierto equilibrio en las respuestas.

Es crucial resaltar que el nivel alto de capacidad de respuesta tuvo una influencia considerable en la satisfacción del usuario, con un 58.9% de los participantes manifestando sentirse "Muy Satisfechos". En contraste, el 41.1% del nivel medio expresó estar "Satisfecho". Estos hallazgos indican que una capacidad de respuesta alta contribuyó significativamente a niveles más altos de satisfacción del usuario en la Agencia de Tránsito del Cantón Chimbo durante el período de la investigación.

#### 4.1.6 Prueba de hipótesis para el objetivo específico 2

La influencia de la capacidad de respuesta es positiva y significativa en la satisfacción de los usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 10**

*Correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de usuarios*

		Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1000	-0,116
	Sig. (bilateral)		0,265
	N	95	95

Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	-0,116	1000
	Sig. (bilateral)	0,265	
	N	95	95

---

**\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)**

**Fuente: Aplicación del SPSS**

El análisis de la correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario mediante el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados indicaron una correlación negativa y no significativa, con un coeficiente de correlación de -0.116. En términos de la hipótesis de investigación, los datos respaldan la afirmación de que no existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Agencia Nacional de Tránsito en el Cantón Chimbo. La correlación de -0.116 se clasificaría en el rango de correlación negativa muy débil, indicando que, en este contexto particular, la capacidad de respuesta no influyó significativamente en la satisfacción de los usuarios.

Estos resultados sugieren que otros factores pueden tener una mayor influencia en la satisfacción de los usuarios, y podría ser beneficioso explorar estas variables adicionales en futuras investigaciones para comprender más a fondo los determinantes de la satisfacción del usuario en este contexto específico.

#### **4.1.7 Para el objetivo específico 3**

Determino la influencia de la seguridad en la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023

**Tabla 11***Influencia entre la seguridad en la satisfacción de usuarios*

Seguridad				Satisfacción del usuario			
Nivel	Puntuación	N	%	Nivel	Puntuación	N	%
Alta	16 - 20	85	89.5%	Muy Satisfecho	74 - 100	56	58.9%
Media	10 - 15	10	10.5%	Satisfecho	47 - 73	39	41.1%
Baja	04 - 09	0	0	Insatisfecho	20 - 46	0	0
<b>Total</b>		95	100%	<b>Total</b>		95	100%

Fuente: aplicación de encuesta.

En el marco del presente, se llevó a cabo un análisis detallado de los resultados obtenidos mediante una encuesta aplicada con el objetivo de evaluar la influencia de los niveles de seguridad en la satisfacción de los usuarios.

En relación con los niveles de seguridad, se observó que la mayoría de los participantes 89.5% experimentaron un nivel de alta. Un número significativamente menor de participantes 10.5% se ubicó en el nivel medio, en cuanto a la satisfacción del usuario, los resultados revelaron que el 58.9% de los participantes se clasificaron como "Muy Satisfechos", por otro lado, el 41.1% de los participantes manifestaron estar "Satisfechos". No se registraron respuestas indicando insatisfacción.

Estos resultados sugieren una tendencia positiva entre los niveles de seguridad y la satisfacción del usuario, destacando que aquellos que experimentaron una sensación de alta seguridad tendieron a reportar niveles más altos de satisfacción. Es importante señalar que la ausencia de participantes con niveles de seguridad bajos limita la capacidad de generalizar conclusiones sobre la relación entre la baja seguridad y la insatisfacción del usuario en esta muestra específica.

#### 4.1.8 Prueba de hipótesis para el objetivo específico 3

La influencia de la seguridad es positiva y significativa en la satisfacción de los usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 12**

*Correlación entre la seguridad y la satisfacción de usuarios*

		Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1000	,350"
	Seguridad		
	Sig. (bilateral)		<,001
	N	95	95
Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,350"	1000
	Sig. (bilateral)	<,001	
	N	95	95

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Aplicación del SPSS

Los resultados revelaron un coeficiente de correlación de 0.350 entre la seguridad y la satisfacción del usuario, Este coeficiente indica una correlación positiva débil entre ambas variables.

En otras palabras, los resultados sugieren que a medida que los niveles de seguridad aumentan, también lo hace la satisfacción del usuario, y viceversa. Esta correlación moderada implica una conexión discernible entre ambas variables, lo



cual podría tener implicaciones importantes en el diseño y la implementación de medidas de seguridad para mejorar la experiencia y la satisfacción de los usuarios.

#### 4.1.9 Para el objetivo específico 4

Determinar la influencia de la empatía en la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 13**

*Influencia entre la empatía en la satisfacción de usuarios*

Empatía				Satisfacción del usuario			
Nivel	Puntuación	N	%	Nivel	Puntuación	N	%
Alta	16 - 20	37	38.9%	Muy Satisfecho	74 - 100	56	58.9%
Media	10 - 15	58	61.1%	Satisfecho	47 - 73	39	41.1%
Baja	04 - 09	0	0	Insatisfecho	20 - 46	0	0
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Fuente: aplicación de encuesta.

En la evaluación de la dimensión de empatía, que aborda el entendimiento, atención, conocimientos y satisfacción de las necesidades del usuario, se observa que el 61.1% de los participantes expresaron un nivel “medio”. En contraste, el 38.9% indicó un nivel “alto”, evidenciando una distribución equitativa de respuestas en esta dimensión. La influencia de la empatía en la satisfacción del usuario es destacable, ya que el 58.9% de aquellos que experimentaron un nivel medio se manifestaron como "Muy Satisfechos", mientras que el 41.1% del grupo de nivel alto expresó estar "Satisfecho". Este hallazgo sugiere que, aunque la mayoría percibió la empatía a un nivel medio, aun así experimentaron altos niveles de satisfacción.

La dimensión de empatía jugó un papel significativo en la satisfacción de los usuarios, demostrando que incluso en situaciones de nivel medio, la aplicación efectiva de la empatía contribuyó a altos niveles de satisfacción en la Agencia Nacional de Tránsito del Cantón Chimbo durante el periodo de estudio.

#### 4.1.10 Prueba de hipótesis para el objetivo específico 4

La influencia de la empatía es positiva y significativa en la satisfacción de los usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 14**

*Correlación entre la empatía y la satisfacción de usuarios*

		Empatía	Satisfacción del usuario
Empatía	Coeficiente de correlación	1000	0,463"
	Sig. (bilateral)		<,001
Rho de Spearman	N	95	95
Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,463"	1000
	Sig. (bilateral)	<,001	
	N	95	95

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Aplicación del SPSS

Se procedió a examinar la correlación entre los niveles de empatía y la satisfacción del usuario, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman (Rho). Los

resultados revelaron un coeficiente de correlación de 0.463 entre la empatía y la satisfacción del usuario, se puede concluir que la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario se encuentra en el rango de correlación moderada.

En términos prácticos, esto implica que existe una conexión substancial entre la empatía expresada y la satisfacción del usuario. Un coeficiente de correlación de 0.463 sugiere que a medida que los niveles de empatía aumentan, también lo hace la satisfacción del usuario, y viceversa. Esta relación moderada podría tener importantes implicaciones en el diseño de intervenciones destinadas a mejorar la experiencia del usuario, destacando la importancia de considerar y fomentar la empatía en entornos relacionados con la satisfacción del usuario.

#### 4.1.11 Para el objetivo específico 5

Determinar la influencia de la tangibilidad en la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 15**

*Influencia entre la tangibilidad en la satisfacción de usuarios*

Tangibilidad				Satisfacción del usuario			
Nivel	Puntuación	N	%	Nivel	Puntuación	N	%
Alta	16 - 20	67	70.5%	Muy Satisfecho	74 - 100	56	58.9%
Media	10 - 15	28	29.5%	Satisfecho	47 - 73	39	41.1%
Baja	04 - 09	0	0	Insatisfecho	20 - 46	0	0
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Fuente: aplicación de encuesta.

Según los resultados obtenidos en el ámbito de estudio, se observa que el 70.5% de los usuarios encuestados expresaron que los elementos tangibles, que engloban la infraestructura, equipos, mobiliario y vestimenta del personal, indicativos de la calidad del servicio, se ubicaron mayoritariamente en un nivel “alto”. Asimismo, un

29.5% indicó que se encontraban en un nivel “medio”, evidenciando así la influencia de estos elementos en la satisfacción del usuario, con un 58.9% de satisfacción en el nivel “muy satisfecho” y un 41.1% en el nivel “satisfecho”

En consecuencia, los elementos tangibles y los factores físicos que contribuyen a brindar comodidad al usuario reflejan que se encontraron completamente satisfechos durante su atención en la Agencia Nacional de Tránsito del Cantón Chimbo. Este hallazgo subraya la importancia de mantener y mejorar los aspectos tangibles para garantizar una experiencia positiva y satisfactoria para los usuarios.

#### 4.1.12 Prueba de hipótesis para el objetivo específico 5

La influencia de la tangibilidad es positiva y significativa en la satisfacción de los usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.

**Tabla 16**

*Correlación entre la tangibilidad y la satisfacción de usuarios*

		Tangibilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1000
	Tangibilidad	Sig. (bilateral)	0,464"
		N	<,001
		95	95
		Coeficiente de correlación	0,464"
	Satisfacción del usuario	Sig. (bilateral)	1000
		N	<,001
		95	95

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Aplicación del SPSS

En el marco de la investigación, se procedió a analizar la correlación entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios utilizando el coeficiente de correlación de Spearman (Rho). Los resultados revelaron un coeficiente de correlación de 0.464 entre la tangibilidad y la satisfacción del usuario, con un nivel de significancia como correlaciones moderadas.

En términos prácticos, esto indica que existe una conexión sustancial entre la percepción de tangibilidad y la satisfacción del usuario. Un coeficiente de correlación de 0.464 sugiere que a medida que la tangibilidad percibida aumenta, también lo hace la satisfacción del usuario, y viceversa. Esta correlación significativa, que se sitúa en el rango de moderada, resalta la relevancia de los elementos tangibles. En este sentido, subraya la importancia de tener en cuenta y perfeccionar los atributos materiales en el diseño y la prestación de productos o servicios, con el propósito de enriquecer la experiencia del usuario.

## **4.2 Discusión**

Con base en el objetivo general de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, en 2023, se examinó la calidad de servicio que implicaba la entrega eficiente y efectiva de productos o servicios que cumplieran con las expectativas del usuario. Esto incluía indicadores como confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad, resaltando su importancia para lograr la satisfacción del cliente y la competitividad del mercado.

En el transcurso de la investigación, se descubrió que, según la variable calidad de servicio, esta alcanzó un nivel medio, con el 50,50% de las respuestas. No obstante, el 58,9% de los usuarios manifestaron estar muy satisfechos. Se estableció una correlación y asociación positiva media entre las variables, con un coeficiente de Spearman de 0,550. Aunque se encontraba en un nivel moderado, este resultado generó preocupación para la organización, dado que los usuarios evaluaron la calidad de atención expresándola en su influencia en la satisfacción o insatisfacción.

Los valores correspondientes a la satisfacción de usuarios revelaron un nivel alto con un 58,9% y un nivel medio con un 41,1%, ubicándose en un rango superior al de la variable calidad de servicio. Estos hallazgos se obtuvieron mediante la aplicación de encuestas a 95 usuarios durante el desarrollo de la investigación.

En la tesis de Oyola (2023), se señala que, a pesar de que los funcionarios estaban capacitados para proporcionar un servicio de calidad, poseían conocimiento de los protocolos y procesos, contaban con instalaciones adecuadas, equipos y personal uniformado, el sistema utilizado a veces experimentaba colapsos o los funcionarios no cumplían con sus responsabilidades y voluntad para brindar una atención eficiente y eficaz. Los usuarios expresaron que, al acercarse a las instalaciones, no recibían soluciones oportunas ante los inconvenientes presentes en sus trámites.

Adicionalmente, se observó que algunos usuarios aún no se adaptaban a los medios de comunicación digitales de la institución, lo cual afectaba su percepción hacia la entidad, ya que no se cumplían con sus expectativas de calidad. Este escenario revelado en la investigación destacó la brecha entre la capacitación del personal y la implementación efectiva de los procesos, generando disonancia en la experiencia del usuario y evidenciando áreas de mejora en la eficiencia y adaptabilidad de la institución a las necesidades de sus usuarios.

En relación al objetivo 1 de la investigación, cuyo propósito era describir la relación existente entre la confiabilidad y la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, se encontraron resultados significativos en el análisis de la dimensión de confiabilidad mediante el instrumento de medición. En este análisis, se observó un coeficiente de Spearman ( $\rho$ ) de 0,073, indicando una correlación y/o asociación positiva muy débil o casi inexistente entre las variables. El 50,50% de las respuestas se ubicaron en el nivel medio de confiabilidad, mientras que, en contraste, la satisfacción del usuario alcanzó un nivel alto del 58,9%.

La relación entre la confiabilidad y la satisfacción de los usuarios se reveló como un aspecto crucial en diversos campos, abordando elementos como la provisión de información clara, sociabilidad para todos los usuarios, atención oportuna y amable,

además de considerar la influencia de la tecnología y los servicios. La confiabilidad, definida como la capacidad de un sistema o equipo de trabajo para funcionar correctamente y sin fallos, se contrastó con la satisfacción del usuario, centrada en la percepción positiva que estos tienen sobre su experiencia.

Con un 50,5% de los participantes considerando que la confiabilidad se situaba en un nivel medio, se plantea la posibilidad de problemas de usabilidad, sugiriendo que la falta de esta podría conducir a la frustración del usuario y, en última instancia, a una menor satisfacción. Estos hallazgos resaltan la importancia de abordar las áreas de mejora en la confiabilidad para optimizar la experiencia del usuario y, por ende, contribuir al rendimiento general de la organización.

Al comparar estos resultados con estudios similares, como el de Chinchay (2020) sobre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en una empresa de telecomunicaciones en Perú, se encuentran similitudes en la importancia de la confiabilidad para la satisfacción del usuario. Ambos estudios resaltan la necesidad de políticas de mejora continua para optimizar la experiencia y fidelizar a los clientes.

Gálvez (2019), en su estudio sobre la calidad percibida y satisfacción del usuario en servicios para personas con discapacidad intelectual, encuentra una relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario. Estos resultados se asemejan a la conclusión de la investigación inicial, donde se destaca la correlación positiva entre confiabilidad y satisfacción del usuario.

En relación al objetivo 2 de la investigación, que buscaba explicar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, se identificaron hallazgos relevantes. La capacidad de respuesta, evaluada a través de la destreza del funcionario para comprender fácilmente las necesidades del usuario y proporcionar un tiempo de atención corto, reveló que el 61% de las respuestas se ubicaron en un nivel alto. Además, un 58,9% de los usuarios manifestaron estar muy satisfechos con el servicio.

El análisis estadístico arrojó un coeficiente de Spearman ( $\rho$ ) de -0,116, indicando una correlación negativa muy débil. Esto sugiere una relación inversa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario, aunque no muy clara. En otras palabras, el aumento o disminución en la capacidad de respuesta no parece tener un impacto significativo en la satisfacción de los usuarios, según los datos analizados.

En la literatura, Fitzsimmons y Fitzsimmons (2011) señalan la posibilidad de una relación inversa entre la capacidad de servicio y la satisfacción del usuario, explicando que a medida que la capacidad para proporcionar un servicio aumenta, la satisfacción del usuario tiende a disminuir, y viceversa. Esta dinámica podría deberse a la disminución de la calidad y atención individualizada a medida que se atiende a más usuarios.

Por otro lado, las obras de Heskett, Sasser y Hart, como "Service Breakthroughs: Changing the Rules of the Game" (1990), resaltan la importancia de la capacidad de respuesta en el servicio. Afirman que una respuesta rápida y efectiva a las necesidades y problemas de los usuarios puede transformar la percepción del servicio en eficaz, oportuno y eficiente, generando experiencias positivas, lealtad y retención de clientes, lo cual puede influir positivamente en la reputación de la empresa. Estos conceptos aportan un contexto valioso para interpretar los resultados obtenidos en la investigación.

En relación al objetivo 3 de la investigación, que buscaba determinar la relación existente entre la seguridad y la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, los resultados obtenidos revelaron aspectos significativos. La seguridad, abordando la privacidad de datos y su usabilidad, confianza, percepción de seguridad y conocimientos del personal, se identificó en el estudio como un factor que se ubicaba en un nivel alto, con el 89.5% de las respuestas.

Adicionalmente, el 58,9% de los usuarios expresaron estar muy satisfechos con la seguridad proporcionada, respaldado por un coeficiente de Rho Spearman de 0.350. Este valor reflejó una relación positiva débil entre las variables de seguridad y satisfacción del usuario. Aunque se estableció una correlación y asociación baja entre estas dimensiones, se concluyó que era necesario poner énfasis en la gestión



de los conocimientos y habilidades del personal de acuerdo a los procedimientos de la Agencia de Tránsito. Este enfoque permitiría proporcionar información adecuada, oportuna, actualizada y uniforme, aspectos cruciales para elevar la satisfacción del usuario.

El reconocimiento de la buena reputación institucional como un factor influyente en el aumento de los niveles de satisfacción del usuario destacó la importancia de la percepción externa de la institución en la experiencia del usuario. Estos resultados proporcionan una base sólida para la implementación de estrategias que fortalezcan la seguridad y la calidad de la información proporcionada por la Agencia Nacional de Tránsito, contribuyendo así a mejorar la satisfacción general de los usuarios.

Comparando estos resultados con los hallazgos de otros estudios, se puede destacar la investigación de Gálvez (2019) sobre calidad percibida y satisfacción del usuario en servicios para personas con discapacidad intelectual. En este estudio, se concluyó que la calidad del servicio tiene una relación directa con la satisfacción de las personas, mostrando una coherencia con la importancia de la seguridad y calidad en la satisfacción del usuario.

A su vez, los resultados de Álvarez y López (2018) sobre la percepción de los clientes en supermercados gubernamentales resaltan discrepancias entre percepciones y expectativas, señalando la necesidad de mejorar la tangibilidad y fiabilidad. Esta discrepancia es relevante al considerar la importancia de la gestión de expectativas para la satisfacción del usuario.

Los resultados de la investigación actual sobre seguridad y satisfacción del usuario en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, al compararse con estudios similares, refuerzan la idea de que la calidad del servicio, seguridad y la satisfacción del usuario están interrelacionadas, y la gestión adecuada de estos aspectos es esencial para mejorar la experiencia del usuario.

En relación al objetivo 4, que buscaba describir la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, los resultados revelaron que, en la dimensión de empatía, que incluye aspectos como la atención, amabilidad del personal, conocimientos de las necesidades del cliente,

claridad de lenguaje, señalización accesible para personas con discapacidad, y la habilidad para comprender y abordar las preocupaciones de los usuarios, el 61,1% de los usuarios percibieron que la calidad del servicio estaba en un nivel medio. En contraste, el 58,9% de los encuestados expresaron estar muy satisfechos. Con un coeficiente de Rho Spearman de 0,463, se indicó una correlación positiva media o moderada entre las variables. Esta relación sugiere que un enfoque empático en la atención al cliente puede influir significativamente en su satisfacción.

Al comparar estos resultados con estudios similares, se destaca el trabajo sobre La investigación de Gálvez (2019) sobre calidad percibida y satisfacción del usuario en servicios para personas con discapacidad intelectual coincidió con la presente, ya que ambos estudios enfatizaron la relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. La conclusión de Gálvez sobre la bidireccionalidad entre calidad del servicio y satisfacción del usuario también reforzó la idea de que ambas variables eran interdependientes.

El estudio de Álvarez y López (2018) sobre supermercados gubernamentales destacó la discrepancia entre percepciones y expectativas de los clientes, resaltando la importancia de la tangibilidad y fiabilidad en la satisfacción del usuario. Esta discrepancia pudo relacionarse con la observada en la empatía en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, enfatizando la necesidad de mejorar la calidad del servicio para alinear las expectativas y percepciones de los usuarios.

La investigación actual sobre la relación entre empatía y satisfacción del usuario en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, al compararse con estudios similares, resalta la importancia de la empatía en la prestación de servicios y su impacto en la satisfacción del usuario, proporcionando insights valiosos para mejorar las prácticas de atención al cliente.

En relación con el objetivo 5, que buscaba determinar la relación entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, los resultados revelaron que los elementos tangibles recibieron un 70.5% de respuestas, indicando un nivel alto. Además, el 58.9% de los usuarios expresaron estar muy satisfechos. El coeficiente de Rho Spearman (Rho) fue calculado en 0.464, señalando una correlación positiva media o moderada entre

estas variables. A pesar de la ausencia de un edificio propio, se destacó que las instalaciones se mantenían limpias, se proporcionaban sillas en la sala de espera para la comodidad del usuario, todas las áreas estaban operativas con equipos necesarios, y el personal presentaba una imagen profesional con credencial institucional. Sin embargo, se concluyó que, al incrementar la gestión de estos elementos tangibles, la satisfacción del usuario no aumentaría de manera significativa.

Carreazo (2018), al investigar el servicio de atención y satisfacción del usuario en la Municipalidad de Carabaylo, Lima, identificó una correlación positiva y significativa entre la empatía, tangibilidad y la satisfacción de los usuarios. Esto resalta la importancia de varios elementos tangibles en el servicio.

Los resultados de Vilca (2018) sobre la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los administrados en la Municipalidad Distrital de Cabana, Moquegua, respaldaron la relación fuerte entre la calidad del servicio y la satisfacción del administrado.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES

1. La Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, presenta una relación determinante entre calidad de servicio y satisfacción de usuarios. El 50.50% de respuestas indicó calidad media, y el 49.50% alta, alineándose con el objetivo de evaluar la percepción de usuarios. La satisfacción global fue del 58.9%, respaldando la premisa de que un servicio eficiente satisface expectativas. La correlación positiva y significativa de 0.550 subraya la importancia de mantener altos estándares de calidad, cumpliendo objetivos específicos. Este estudio contribuye al entendimiento de la dinámica entre calidad y satisfacción de acuerdo a su variabilidad o heterogeneidad entre la diferencia obtenida en sus dimensiones, ofreciendo una base sólida para futuras decisiones. Se recomienda explorar áreas de mejora y realizar estudios longitudinales para evaluar la sostenibilidad de la satisfacción a lo largo del tiempo.
2. Al analizar la dimensión de confiabilidad, que aborda trato al usuario y resolución de problemas, encontramos un 60% de nivel medio y un 40% de nivel alto en el pasado. Contrario a la hipótesis inicial, la correlación débil y no significativa (0.073) entre confiabilidad y satisfacción desafía la expectativa, sugiriendo que en este contexto específico, la confiabilidad no impacta sustancialmente en la satisfacción del usuario. Este hallazgo destaca la necesidad de considerar otros factores o dimensiones que podrían tener un impacto más significativo en la satisfacción. Nuestra investigación proporciona una visión crítica que desafía las expectativas iniciales, contribuyendo a una comprensión más amplia de los factores que afectan la satisfacción del usuario en esta agencia. Se recomienda realizar futuras investigaciones explorando otras dimensiones o factores relevantes y considerar la dinámica específica del contexto evaluado para una

comprensión más precisa de la relación entre confiabilidad y satisfacción del usuario.

3. La investigación en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo ha proporcionado una visión clara sobre la relación entre calidad de servicio y satisfacción de usuarios. En la evaluación de la capacidad de respuesta, donde el 61% reportó un alto nivel y el 39% un nivel medio, se destaca que el alto nivel influyó significativamente en la satisfacción, con un 58.9% "Muy Satisfechos" y el 41.1% "Satisfechos". A pesar de la correlación negativa y no significativa (-0.116), contraria a la hipótesis inicial, el estudio aporta una comprensión detallada de cómo la capacidad de respuesta afecta la satisfacción. Subraya la necesidad de explorar otros factores. Se recomienda investigar variables adicionales para comprender completamente los determinantes de la satisfacción del usuario en este contexto específico. general, que cuanto más eficaz y eficiente sea la respuesta a las necesidades y consultas de los usuarios, mayor será su satisfacción. Por lo que, si la capacidad de respuesta es baja y hay demoras en atender a los usuarios, es factible que su satisfacción disminuya.
  
4. La investigación revela una clara relación entre calidad de servicio y satisfacción en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador. El análisis detallado destaca que el 89.5% experimentó niveles altos de seguridad, correlacionando positivamente con el 58.9% "Muy Satisfechos" y el 41.1% "Satisfechos". La ausencia de insatisfacción limita las generalizaciones sobre baja seguridad e insatisfacción. La correlación moderada de 0.350 entre seguridad y satisfacción sugiere una conexión influyente en el diseño de medidas de seguridad. Este estudio contribuye al entendimiento de cómo la seguridad impacta la satisfacción, aunque la ausencia de niveles bajos limita las generalizaciones. Se recomienda investigar muestras más diversas en seguridad y explorar otros factores para mejorar la calidad del servicio proporcionado por la agencia en futuras investigaciones.

5. La investigación proporciona una profunda comprensión de la relación entre calidad de servicio y satisfacción en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo. En la evaluación de empatía, con el 61.1% expresando nivel "medio" y el 38.9% indicando nivel "alto", la mayoría percibió empatía a nivel medio. A pesar de esto, el 58.9% de participantes con nivel medio se manifestaron "Muy Satisfechos", y el 41.1% del grupo de nivel alto expresó estar "Satisfecho", destacando la contribución significativa de la empatía incluso en niveles medios. El análisis de correlación reveló un coeficiente de 0.463 entre empatía y satisfacción, indicando una conexión substancial: a medida que la empatía aumenta, también lo hace la satisfacción del usuario. Este estudio destaca la importancia de la empatía, incluso en niveles medios, y sugiere explorar estrategias específicas para mejorarla en futuras investigaciones, así como analizar la interacción de otros factores para potenciar la satisfacción del usuario en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.
  
6. La investigación proporciona una comprensión completa de la relación entre calidad de servicio y satisfacción en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, cumpliendo con el objetivo general. El 70.5% de los encuestados percibió que los elementos tangibles estaban mayoritariamente en un nivel "alto", influyendo en una satisfacción del usuario del 58.9% en "muy satisfecho" y 41.1% en "satisfecho". La importancia de los elementos tangibles y factores físicos se destaca en la completa satisfacción del usuario. El análisis de correlación reveló un coeficiente de 0.464 entre tangibilidad y satisfacción, indicando una conexión sustancial. Este estudio contribuye al entendimiento detallado de cómo los elementos tangibles impactan la satisfacción del usuario y destaca la importancia de mejorar estos aspectos. Se recomienda investigar implementaciones específicas para mejorar los elementos tangibles y evaluar cómo otros factores interactúan para optimizar aún más la experiencia del usuario en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.

## **CAPÍTULO VI**

### **RECOMENDACIONES**

1. Para lograr una excelente relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios, se considera que las autoridades de la Agencia Nacional de Tránsito deben realizar seguimientos continuos mediante su equipo de trabajo para analizar y evaluar la sección de quejas de los usuarios y de vez en cuando de manera personal se les pregunte de manera personal la calidad de atención, identificando fortalezas y debilidades y de acuerdo a eso promover las capacitaciones y evaluaciones internas en protocolos de atención, calidad y atención profesional, para de esta manera aplicar un compromiso de mejora constante con la adaptación a las necesidades cambiantes de los usuarios contribuyendo como equipo de trabajo y de esta manera acercarse a una relación alta entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.
2. Con el propósito de mejorar la confianza es necesario como equipo de trabajo establecer y hacer cumplir algunos parámetros, como: proporcionar información clara, honesta y oportuna, respondiendo a las dudas o inquietudes, resolviendo sus problemas, demostrando que se valora al usuario, ofrecer garantías o políticas de devolución claras, haciéndoles saber que tienen opciones si no están satisfechos, escuchar los comentarios de los usuarios y utilizar esa retroalimentación para optimizar los productos o servicios constantemente, mantener una imagen coherente en todos los aspectos, hasta la voz y tono de comunicación, asegurarse de cumplir con sus expectativas, es probable que pierdan confianza en él y, por lo tanto, estén menos satisfechos; y de esta manera fortalecer la confianza lo cual es esencial para cultivar relaciones concretas y duraderas con tus usuarios.
3. Con el fin de obtener una mayor capacidad de respuesta se recomienda establecer contacto continuo con el área de recursos humanos para que se

habilite periódicamente planes de capacitación en lo que respecta al manejo y uso del sistema empleado, manejo de software y hardware, comunicación asertiva, manejo y solución de conflictos, para así evitar largos tiempos de espera; mantener continuo contacto proactivo con el equipo de soporte de la entidad de manera efectiva, realizar continuos seguimientos posteriores a las quejas de los usuarios para asegurarse que se encuentren satisfechos con la solución proporcionada, propiciar una política de socialización entre funcionario a funcionario y de usuario a funcionario, afín de internalizar el sentido de pertenencia e involucramiento en el trabajo, realizar en un tiempo rápido y efectivo las repuestas a los usuarios valorando su tiempo y necesidades para de esta manera influir la perspectiva del usuario positivamente.

4. Proponer a las autoridades se coordine con el equipo de soporte de la institución la disponibilidad de nuevas leyes, reglamentos software, que rigen, sus procedimientos en herramientas digitales de forma proactiva y oportuna, así como se cree grupos para coordinar soluciones a problemas tecnológicos, seguridad de datos y de esta manera mantener a los usuarios informados sobre actualizaciones, cambios y mejoras en los productos o servicios. Conjuntamente con el equipo de soporte institucional crear un plan de incidentes oportuno y eficiente, preparado para actuar rápidamente en caso de una brecha de inseguridad y minimizar el impacto o problema, con el fin de mantener medidas de seguridad solidas conservando la confianza de los usuarios y fortaleciendo la reputación de la institución.
5. Se sugiere a las autoridades de la institución coordinar con el área de talento humanos, establecer programas y talleres vivenciales a los colaboradores para interrelacionarse con los usuarios que los ayuden en su crecimiento y control emocional, puesto que el servicio que brindan como institución requiere interacción con usuarios, con el fin de mejorar el trato poniéndose en el lugar del usuario, utilizando un lenguaje y expresión amable, cortés, inyectando una comunicación clara y sencilla, reconociendo sus emociones lo que ayudara a ofrecer respuestas y soluciones más adecuadas demostrando que se valora su tiempo y necesidades.



6. Coordinar con las autoridades de la institución se solicite y gestione periódicamente al área administrativa la provisión de los recursos necesarios y su mantenimiento oportuno y rápido de las instalaciones, equipos y diferentes materiales que se necesite para evitar que se produzcan daños o insuficiencia y de esta manera no se pueda laborar de manera eficaz y eficiente.

## CAPÍTULO VII

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajila, M., y Aguirre, L. (2022). Perception of Service Quality and Consumer Satisfaction in the Guayaquil Chamber of Commerce. *RES NON VERBA Revista Científica*, 12(1), 1–17. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/677/418>
- Álvarez, L., y López, E. (2018). Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales [Universidad Católica Andrés Bello]. En Repositorio UCAB. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>
- Arbañil Chicoma, T., Cáceres Tafu, C., Farías, Llanos, C., & Moncada Castañeda, N. (2015). Calidad en las Empresas del Sector Venta de Combustible Líquido en la Ciudad de Trujillo. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9168/ARBAÑIL\\_CACERES\\_CALIDAD\\_COMBUSTIBLE\\_TRUJILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9168/ARBAÑIL_CACERES_CALIDAD_COMBUSTIBLE_TRUJILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Balart, M. (2018). La empatía: La clave para conectar con los demás. *Claves del Poder Personal*, 2, 86–87. [http://www.gref.org/nuevo/articulos/art\\_250513.pdf](http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf)
- Cama, D. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo, Servicio de odontología. Centro de salud Los Molinos, junio 2018. [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/29451>
- Carreazo Rosadio, J. M. (2018). Servicio de atención y satisfacción del usuario de la Municipalidad de Carabayllo 2017 [Universidad Cesar Vallejo]. En Universidad César Vallejo.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/13754>

Chinchay Perez, Y. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa de telecomunicaciones Fiberblu Perú, Comas - 2021 [UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL PERU].

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1356>

Condori, P. (2020). Universo , población y muestra. Curso taller, 16. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>

Contreras, F. G., Henríquez, N. A., & Rejas, L. P. (2019). Service quality measurement: The case of the guarantee court from the city of Puerto Montt - Chile. *Ingeniare*, 27(4), 668–681. <https://doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>

Correa Vilatuña, F., Agila Guajala, D., Pulamarin, J. J., & Ortiz Palacios, W. (2018). sensación y percepción en La construcción deL conocimiento. *Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador*, 13, 1–28. <https://www.redalyc.org/pdf/4418/441846102006.pdf>

Deming, W. (2016). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. En *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Número August, p. 128). 22-11-2022

Dos Santos, M. A. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la educacion superior*, 45(178), 79–95. <http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v45n178/0185-2760-resu-45-178-00079.pdf>

Dris Kharroub, A. O., & COthmanMansour, M. M. (2019). El impacto de la planificación estratégica en los municipios palestinos en la calidad del servicio prestado a sus ciudadanos. *International Business Research*, 12(5), 69. <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n5p69>

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista Innovar*, 64–80. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

- Encinas Orozco, F. C., & Cavazos Arroyo, J. (2016). Validación de la escala de comportamiento ciudadano de consumidores de servicios educativos. *Contaduría y Administración*, 61(4), 651. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.03.001>
- Faccio R., H. (2018). La Calidad de Servicio y La Satisfacción de los Clientes de Compartamos Financiera S.A. Agencia Casa Grande, 2018 [UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO]. [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8422/faccioramirez\\_hec tor.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8422/faccioramirez_hec tor.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gálvez Ros, A. (2019). Calidad Del Servicio Y Satisfacción [Universidad Católica San Antonio]. <https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1638/Tesis.pdf?sequen>
- García, A. (2018). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *TeloS*, 18(3), 381–398. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- Goñi Miranda, M. I. (2021). Sistema de información y calidad de servicio de la unidad de licencias de conducir clase A de la región Callao [Universidad de San Martín de Porres]. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10092/goñi\\_m mi.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10092/goñi_m mi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gonzales, L., & Huanca, E. (2020). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018 [Universidad Tecnológica del Perú]. En *Universidad Tecnológica Del Perú*. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero Gonzales\\_Elena Huanca\\_Tesis\\_Titulo Profesional\\_Titulo Profesional\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero_Gonzales_Elena_Huanca_Tesis_Titulo_Profesional_Titulo_Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Harrington, H. J. (2018). El coste de la mala calidad (V. española por: J. N. Medina (ed.); Ediciones). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Hernández, H. A., & Pascual Barrera, A. E. (2018). Validación de un instrumento de

- investigación para el diseño de una metodología de autoevaluación del sistema de gestión ambiental. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 9(1), 157–164. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6383705.pdf>
- Hernández, R., Collado, C., & Baptista, M. (2018). --Metodología de la Investigación. En *Syria Studies* (Vol. 7, Número 1). [https://www.researchgate.net/publication/269107473\\_What\\_is\\_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil\\_wars\\_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil_wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625)
- Hernández Salazar, P. (2019). La importancia de la satisfacción del usuario. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34(0), 349–368. [https://doi.org/10.5209/rev\\_dcin.2011.v34.36463](https://doi.org/10.5209/rev_dcin.2011.v34.36463)
- Hernández Sampieri, C. R., Collado Fernández, C., & Baptista Lucio, P. (2018). 1- Metodología a la investigación. McGraw-Hill Interamericana de Mexico, 1–497. <https://doi.org/10.17993/ingytec.2018.46>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2018). 6-Metodología de la investigación (M. de la C. N. de la I. E. Mexicana (ed.); SEXTA EDIC). 2014. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huaman, R. (2018). Calidad de servicio y satisfacción en la municipalidad Provincial de Corongo. Universidad César Vallejo, 1–70. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11990/huaman\\_br.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11990/huaman_br.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Jha, A. K., Larizgoitia, I., Audera-Lopez, C., Prasopa-Plaizier, N., Waters, H., & Bates, D. W. (2019). The global burden of unsafe medical care: Analytic modelling of observational studies. *BMJ Quality and Safety*, 22(10), 809–815. <https://doi.org/10.1136/bmjqs-2012-001748>
- Katz, M., Seid, G., & Abiuso, F. L. (2019). La técnica de encuesta : Características y aplicaciones. Cuaderno De Cátedra, 1–38. <https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la->

Investigaci3n\_Sampieri.pdf

Kotler, P. (2018a). -Dirección de mercadotecnia. En Dirección de mercadotecnia (p. 30). <https://docplayer.es/55145-Direccion-de-mercadotecnia.html>

Kotler, P. (2018b). Dirección de Mercadoctenia. En Magíster en Administración - Tiempo Parcial 29 esan (Vol. 46, Número 4). <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>

Kumasey, A. S. (2014). Service Quality and Customer Satisfaction : Empirical Evidence from Ghanaian Public Service. *European journal of Business and Management*, 6(6), 172–181. 20-11-2022

Lazarus, R. S., Opton, E. M., & Averrill, J. (2018). Adaptación, Psicología y Emociones. *Revista Latinoamericana de Psicología*, vol. 1, núm. 2-3, 1(2–3), 105–132. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80501302.pdf>

Lozano Cortijo, L. (2018). ¿Que es calidad total ? *Revista Medica Herediana*, 9(1), 28. <https://doi.org/10.20453/rmh.v9i1.566>

MacDonald, K., & Tipton, C. (2018). Técnicas documentales. Escuchar, Observar Y Comprender, 1993, 126. [https://congreso enfermeria.com/2016/sites/default/files/styles/escucharobservarcomprender2parte\\_1424533180194.pdf](https://congreso enfermeria.com/2016/sites/default/files/styles/escucharobservarcomprender2parte_1424533180194.pdf)

Messarina Santolalla, P. (2016). Calidad de atención del personal de salud y satisfacción del paciente en el servicio de resonancia magnética del Hospital de Alta Complejidad Trujillo, 2015. *Ucv - Scientia*, 8(2), 119–123. <https://doi.org/10.18050/revucv-scientia.v8n2a3>

Ministerio de Salud, P. (2018). Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos y Servicios Médicos de Apoyo. 1, 1–14. <http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/2252.pdf>

Mayorga Ponce, R. B., Monroy Hernández, A., Hernández Rubio, J., Roldan Carpio,

- A., & Reyes Torres, S. B. (2021). Programa SPSS. Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 10(19), 282–284. <https://doi.org/10.29057/icsa.v10i19.7761>
- Moreno Hidalgo, J. A. (2018). Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la caña de Don Parce. Repositorio Institucional PIRHUA, 152. [http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1648/AE\\_265.pdf?sequence=1](http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1648/AE_265.pdf?sequence=1)
- Mosquera, D. C. L., De Posgrado, S., En, M., En, G., De, S., Salud, L. A., Bayas, V., Lisbeth, E., & Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los Clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil [Universidad Católica De Santiago De Guayaquil]. En Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- OCDE/CAF/CEPAL. (2018). Perspectivas económicas de América Latina 2018. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43513/1/LEO2018\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43513/1/LEO2018_es.pdf)
- Ochoa Zambrano, R. J., & Vega Costa Guillermo Jose. (2018). Relacion entre calidad de servicio y la satisfaccion de los usuarios de la municipalidad distrital de Jose Leonardo Ortiz [Universidad Señor de Sipan]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4941/Ochoa Zambrano %26 Vega Costa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organization, W. H. (2016). Etica y salud, y calidad de la asistencia sanitaria. Organización Mundial de la Salud., 1–7. [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/192977/EB97\\_16\\_spa.pdf](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/192977/EB97_16_spa.pdf)
- Parasuraman, A. A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2015). Refinement and reassessment of the SERVQUAL instrument. Journal of retailing, 67(4), 420–450. [https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/247373898\\_Refinement\\_and\\_reassessment\\_of\\_the\\_SERVQUAL\\_instrument/links/5559ea3d08ae6fd2d82817fa/Refinement-and-reassessment-of-the-SERVQUAL-instrument.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/247373898_Refinement_and_reassessment_of_the_SERVQUAL_instrument/links/5559ea3d08ae6fd2d82817fa/Refinement-and-reassessment-of-the-SERVQUAL-instrument.pdf)
- Riqueros Ramirez, J. (2018). Calidad de servicio y satisfaccion de los usuarios de

la municipalidad provincial de Huancane [Universidad Cesar Vallejo].  
[http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2544/QUECARA  
CAIRA ANABELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2544/QUECARA%20CAIRA%20ANABELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rocca, L. (2016). Satisfacción del usuario en el ámbito del Sector Público . Un estudio sobre el Departamento de Obras Particulares de la Municipalidad de Berisso. [Universidad Nacional de La Plata]. En Universidad Nacional de La Plata.  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/59570/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/59570/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Rodriguez Gamero, H. (2018). Calidad de atención en salud de usuarios internos y externos del servicio de Obstetricia del Hospital Goyeneche de Arequipa 2018 [Universidad católica de Santa María].  
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12920/5826/81.1376.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez Guillén, L. H. (2018). La gestión del servicio y la conformidad del usuario en el Centro MAC , Sede Callao – Lima 2018 [Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7078/Rodríguez\\_GLH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7078/Rodríguez_GLH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Setiajit, D. G., y Utomo, A. (2016). Una medición de Servqual del servicio público de la Oficina de Impuestos sobre Vehículos Motorizados (SAMSAT) en Indonesia. *Industrial Engineering Letters*, 6(8), 76–82.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/234685566.pdf>

Tarrillo Saldaña, O. (2022). Perfil profesional y calidad de servicio administrativo en la Municipalidad Provincial de Chota, Cajamarca. *Revista Nor@Ndina*, 5(2), 201–211. <https://doi.org/10.37518/2663-6360x2022v5n2p206>

Valenzo-Jiménez, M. A., Lázaro-López, D. A., & Martínez-Arroyo, J. A. (2019). Aplicación del modelo SERVQUAL para evaluar la calidad del servicio de transporte público en morelia, Mexico. *DYNA (Colombia)*, 86(211), 64–74.  
<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85084501759&doi=10.15446%2Fdyna.v86n211.78368&partnerID=40&md5=5>



c8447cf4f9477728a626910e58c5cea

- Vargas Melgarejo, L. M. (2018). Sobre el concepto de percepción. *Atenea* (Concepción), 33(371), 163–165. <https://doi.org/10.29393/at371-644xaam10644>
- Vazquez Casielles, R., Rodriguez del Bosque, I., & Díaz Martín, A. (2006). Estructura multidimensional de calidad de servicio en la cadena de supermercado: desarrollo y validación de la escuela calpuper. *Comercialización e Investigación de Mercado*, 119(96), 1–30. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17295951>
- Vergara, M. (2017). Satisfacción Usuaría Hacia Seguros De Salud En Chile ” [Universidad de Chile]. [https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/132729/Morales Provoste Karen.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/132729/Morales%20Provoste%20Karen.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vilca Apaza, C. (2018). Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción de los Administrados de la Municipalidad Distrital de Cabana 2016 [Universidad José Carlos Mariátegui]. <https://hdl.handle.net/20.500.12819/355>
- Yucra, R. E. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital De Las Piedras, 2018 (Vol. 1, Número 2) [Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]. <http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/485/004-3-10-012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO



#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Ing. Gavilanes Gaibor Álvaro Gabriel, identificado (a) con Cedula N° 0201958717 mediante el presente documento acepto participar en el proyecto de investigación titulado "Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en el área de emisión de licencias de conducir de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023" realizado por la investigadora Ing. Patricia Fernanda Yáñez Ronquillo, de la Universidad Nacional de Tumbes escuela de Post Grado. Tengo pleno conocimiento de los objetivos de la investigación y el carácter anónimo y confidencial de la misma, así como el respeto de la posibilidad de retirarme si el caso lo amerita. Sé que los resultados podrán ser difundidos sin precisar nombres.

Por tal motivo, acepto participar voluntariamente de la investigación, Para mayor conformidad firmo el presente documento.



ALVARO GABRIEL  
GAVILANES GAIBOR

---

Ing. Álvaro Gabriel Gavilanes Gaibor  
DIRECTOR PROVINCIAL DE BOLIVAR  
0201958717



**ANEXO 2**  
**INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS**

**variable independiente**

**Universidad Nacional de Tumbes**

**Escuela de posgrado**

<b>CUESTIONARIO</b>				
<p>Estimado Sr./Sra., soy Patricia Fernanda Yánez Ronquillo, estudiante de la maestría en Gestión Pública de la Universidad Nacional de Tumbes. Me encuentro llevando a cabo una investigación para mi grado de Maestro, enfocada en la Calidad de Servicio y Satisfacción de Usuarios en el proceso de emisión de licencias de conducir de la Agencia Nacional de Tránsito del Cantón Chimbo, Ecuador, en 2023. Le agradecería mucho su colaboración, asegurándole que sus respuestas serán confidenciales.</p>				
<b>ORIENTACIONES</b>				
<p>Para completar el cuestionario, elija una de las cinco alternativas disponibles que mejor represente su opinión, como se muestra en el cuadro siguiente. Indique su elección marcando con una X.</p>				
Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
05	04	03	02	01

	CRITERIOS DE RESPUESTA
--	------------------------

PREGUNTAS	Muy bueno	Bue no	Reg ular	Malo	Muy Malo
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>					
<b>Dimensión: confiabilidad</b>					
1.Consideras que el trato de la persona que atiende es por igual para todos sin importar género, apariencia, edad u otras características personales					
2.Considera que las informaciones sobre los servicios de la institución (Folletos, instrucciones) son visuales atractivos, claros y disponibles al público					
3.Consideras que cuando tiene un problema, el operador muestra un interés sincero por ayudarlo a resolverlo					
4.Consideras que los operadores fueron amables y corteses durante su atención					
<b>Dimensión: Capacidad de respuesta</b>					
5.Consideras que la atención fue rápida y eficaz					
6.Considera que la Agencia Nacional de Tránsito, se toman un tiempo de espera corto, para brindar el servicio a los usuarios					

7.Consideras que los formularios y documentos proporcionados por la institución son sencillos y rápidos de llenar					
8.Considera que la Agencia Nacional de Tránsito, tienen un horario conveniente para la atención a los usuarios					
<b>Dimensión: Seguridad</b>					
9. Valoras que los conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades le inspiran credibilidad y confianza?					
10.Consideras que el local es amplio, ventilado y cuenta con extintores y botiquines					
11.Consideras que el mobiliario de sala de espera es cómodo y confortable					
12.Consideras que los accesos de salida y entrada son amplios, existe señalizaciones y son accesibles para personas con discapacidad					
<b>Dimensión: Empatía</b>					
13.Consideras que el personal que atiende, entiende de las necesidades específicas de sus usuarios/grupos de interés.					

14.Consideras que el personal de la institución manifiesta competencia y conocimiento a la hora de respuesta a usuarios/grupos de interés					
15.Consideras que, si faltara un requisito, la persona que atiende permite regresar y atender nuevamente					
16.Consideras que si se produjera retraso en el turno programado la persona que atiende es amable y permite esperar para atender nuevamente					
<b>Dimensión: Tangibilidad</b>					
17.Consideras que la persona que atiende está bien presentable con su adecuada identificación					
18 Los equipos y mobiliario que utilizan para la atención de usuarios son nuevos y modernos					
19.La infraestructura es moderna y debidamente implementada					
20. Los horarios de atención de dicha institución son correctos y cómodos.					



## Variable independiente

Universidad Nacional de Tumbes

Escuela de posgrado

### CUESTIONARIO

Estimado Sr./Sra., soy Patricia Fernanda Yáñez Ronquillo, estudiante de la maestría en Gestión Pública de la Universidad Nacional de Tumbes. Me encuentro llevando a cabo una investigación para mi grado de Maestro, enfocada en la Calidad de Servicio y Satisfacción de Usuarios en el proceso de emisión de licencias de conducir de la Agencia Nacional de Tránsito del Cantón Chimbo, Ecuador, en 2023. Le agradecería mucho su colaboración, asegurándole que sus respuestas serán confidenciales.

### ORIENTACIONES

Para completar el cuestionario, elija una de las cinco alternativas disponibles que mejor represente su opinión, como se muestra en el cuadro siguiente. Indique su elección marcando con una X.

<b>Totalmente satisfecho</b>	<b>satisfecho</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Insatisfecho</b>	<b>Totalmente Insatisfecho</b>
<b>05</b>	04	03	02	01

PREGUNTAS	CRITERIOS DE RESPUESTA				
	Totalmente satisfecho		Indiferente	Insatisfecho	Totalmente Insatisfecho
<b>SATISFACCION DE USUARIOS</b>					
<b>Dimensión: Percepciones</b>					
1. El servicio que recibe es de calidad.					
2. El costo de los servicios es razonable.					
3. Considera que cada vez mejoran los servicios					
4. Consideras que los operadores fueron amables y corteses durante su atención					
<b>Dimensión: Expectativas</b>					
5. La atención en las oficinas es rápida y no hace colas					
6. Considera que el tiempo de espera por todo el trámite del servicio es el adecuado					
7. El horario es el adecuado y se ajusta a su tiempo					



8.La persona que atiende mostró sincero interés en solucionar problemas					
<b>Dimensión: Conformidad</b>					
9. Está conforme con las señalizaciones y la accesibilidad para personas con discapacidad					
10. Usted se encuentra conforme con la atención del personal de Agencia Nacional de Tránsito					
11. Está conforme con los servicios prestados Agencia Nacional de Tránsito cumplen sus expectativa					
12.Está conforme con el tiempo que espero para realizar su trámite en la Agencia Nacional de Tránsito					
<b>Dimensión: Atención de Quejas</b>					
13.Se solucionaron rápidamente sus reclamos.					
14. El personal esta predispuesto a atender quejas y reclamos					
15. En la agencia no se repiten las acciones de quejas y reclamos.					

16. Funciona y da resultados el buzón de quejas y reclamos de la agencia.					
<b>Dimensión 05: Información</b>					
17. La Agencia Nacional de Tránsito brinda toda la información a la población					
18. Los medios que emplea la agencia para informar a la población son los adecuados					
19. La información que brinda Agencia Nacional de Tránsito es oportuna y permanente					
20. Cree Usted que está bien informado de todo lo que sucede en la Agencia Nacional de Tránsito					

### ANEXO 3

#### VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS



#### VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS.

Yo José Luis Capuz Velasco ..... Con C.C.# 0201915113

Profesión: Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria / Ingeniero en Contabilidad y Auditoría

Lugar de trabajo Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chimbo – Unidad de Matriculación y Revisión Vehicular

Por este medio del presente hago constar que he revisado con fines de validación el contenido de los instrumentos del proyecto de investigación, **Calidad de atención y satisfacción en usuarios en el área de emisión de licencias de conducir de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2022** Para efectos de su aplicación brindando las siguientes observaciones.

Valoración:

1. Deficiente 2. Regular 3. Bueno 4. Excelente

ITEMS	Valoración			
	1	2	3	4
Presentación del instrumento				X
Calidad de redacción de los ítems				X
Pertinencia de las variables con los indicadores				X
Relevancia del contenido				X
Factibilidad de aplicación				X
Observaciones:				

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo hacer las siguientes recomendaciones

San José de Chimbo, Diciembre del 2022



JOSE LUIS  
CAPUZ

Firma del Experto:



## VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS.

Yo Hugo Roberto Gavilanes Erazo ..... Con C.C.# 0201905704 .....  
Profesión: Abogado .....  
Lugar de trabajo Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia Bolívar  
- VicePrefectura

Por este medio del presente hago constar que he revisado con fines de validación el contenido de los instrumentos del proyecto de investigación, **Calidad de atención y satisfacción en usuarios en el área de emisión de licencias de conducir de la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2022** Para efectos de su aplicación brindando las siguientes observaciones.

Valoración:

1. Deficiente 2. Regular 3. Bueno 4. Excelente

ITEMS	Valoración			
	1	2	3	4
Presentación del instrumento				X
Calidad de redacción de los ítems				X
Pertinencia de las variables con los indicadores				X
Relevancia del contenido				X
Factibilidad de aplicación				X
Observaciones:				

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo hacer las siguientes recomendaciones:

Guaranda, Diciembre del 2022

Firma del Experto:





## VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS.

Yo Jessica Nataly Chavez Campana Con C.C.# 0201574118  
Profesión Secretaria de la Agencia Nacional de Tránsito  
Lugar de trabajo San Jose Chimbo

Por este medio del presente hago constar que he revisado con fines de validación el contenido de los instrumentó del proyecto de investigación, **Calidad de atención y satisfacción en usuarios para emisión de licencias de conducir por Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador,2022** Para efectos de su aplicación brindando las siguientes observaciones.

Valoración:

1. Deficiente 2. Regular 3. Bueno 4. Excelente

ITEMS	Valoración			
	1	2	3	4
Presentación del instrumento				X
Calidad de redacción de los ítems				X
Pertinencia de las variables con los indicadores				X
Relevancia del contenido				X
Factibilidad de aplicación				X
Observaciones:				

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo hacer las siguientes recomendaciones

San José de Chimbo, Diciembre del 2022

Firma del Experto:

## ANEXO 4

### ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

## ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

### ALFA DE CROMBACH

#### CUESTIONARIO 1 CALIDAD DE SERVICIO

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,748	0,746	20

##### Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	3,551	2,213	4,234	2,021	1,913	0,207	20
Varianzas de elemento	1,018	0,527	1,784	1,258	3,388	0,140	20
Covarianzas entre elementos	0,004	-0,327	0,290	0,617	-0,887	0,009	20
Correlaciones entre elementos	0,005	-0,258	0,249	0,507	-0,964	0,009	20

### Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
71,02	22,043	4,695	20

## ANALISIS DE CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

### ALFA DE CROMBACH

#### CUESTIONARIO 1 SATISFACCIONN DE LOS USUARIOS

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,748	0,746	20

### Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	2,928	1,787	4,106	2,319	2,298	0,448	20
Varianzas de elemento	0,845	0,290	1,653	1,363	5,706	0,155	20

Covarianzas entre elementos	0,109	-0,766	1,132	1,899	-1,478	0,098	20
Correlaciones entre elementos	0,128	-0,818	0,841	1,659	-1,029	0,124	20

### Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
58,56	58,292	7,635	20



**ANEXO 5**  
**REALIZACION DE LA ENCUESTA.**

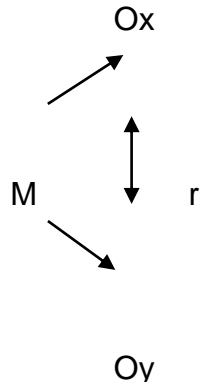


**ANEXO 6**

*MATRIZ DE CONSISTENCIA*

**Calidad de atención y satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023**

<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>MÉTODO</b>
¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo, Ecuador, 2023.	<p><b>Variable 1:</b></p> <p>Calidad al usuario.</p> <p><b>Variable 2:</b></p> <p>Satisfacción de usuarios</p>	<p>Revisión de la Literatura y Estado de Arte</p> <p><b>1. Bases teóricas</b></p> <p><b>2. Antecedentes</b></p>	<p><b>Enfoque de la investigación:</b></p> <p>Cuantitativo.</p> <p><b>Método de investigación:</b></p> <p>Descriptivo, no experimental.</p>

PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	POBLACIÓN:		Diseño de la investigación:
<p>1. ¿Cuál es la relación que existe entre la confiabilidad con la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.</p> <p>2. ¿Cuál es la relación que existe entre la capacidad de respuesta con la con la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.</p>	<p>1. Describir la relación existe entre la confiabilidad con la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.</p> <p>2. Explicar la relación existe entre la capacidad de respuesta con la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.</p>	<p>Constituida por 125 usuarios que se les brinda el servicio en la Agencia de Atención de Tránsito al año en el cantón Chimbo, Ecuador</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> 02 Cuestionarios</p> <p><b>Método de análisis de</b></p>		 <p>Donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• M: Muestra con quien investigaremos.</li> <li>• Ox: Establece las observaciones de la</li> </ul>

<p>3. ¿Cuál es la relación que existe entre la seguridad con la satisfacción con la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo</p>	<p>3. Determinar la relación existe entre la seguridad con la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.</p>	<p><b>aplicación:</b></p> <p>Descriptivo</p> <p>correlacional</p>	<p>variable Calidad de Atención.</p>
<p>4. ¿Cuál es la relación que existe entre la empatía con la satisfacción de con la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.</p>	<p>4. Describir la relación existe entre la empatía con la satisfacción de usuarios en la Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo</p>		<p>•Oy: Establece las observaciones de la variable Satisfacción del Usuario</p> <p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Aplicada</p>
<p>5. ¿Cuál es la relación que existe entre la tangibilidad con la satisfacción de los con</p>	<p>5. Determinar la relación existe entre la tangibilidad con la satisfacción de los de usuarios en la Agencia</p>		<p><b>Muestreo:</b></p> <p>No probabilístico</p> <p><b>Muestra:</b></p>

la satisfacción de usuarios en Agencia Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.	Nacional de Tránsito Cantón Chimbo.			95 usuarios

## ANEXO 6. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
calidad de Servicio.	Se define como el servicio consiste en un conjunto de experiencias que resultan de la comunicación entre una organización y un cliente, por lo que se considera la mejor manera de crear una relación adecuada de la cual depende su supervivencia y éxito. Según estos autores, la satisfacción en el servicio hace que la	La calidad del servicio será medida de acuerdo a las dimensiones e indicadores y para la valoración se utilizará la escala de Likert, considerando :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trato igual para todos</li> <li>• Solución de problemas</li> <li>• Información clara y segura</li> <li>• Atención oportuna y amable</li> <li>• Rapidez en la atención al usuario</li> <li>• Tiempo de espera corto</li> <li>• formularios cortos y fáciles de llenar</li> </ul>	<p>Muy bueno</p> <p>Bueno</p> <p>Regular</p> <p>Malo</p> <p>Muy malo</p>

	empresa fidelice al cliente y por ello debe comprender la importancia de esta práctica(García, 2018).		<ul style="list-style-type: none"><li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> <li>• Tangibilidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• horario conveniente para la atención a los usuarios</li> <li>• conocimiento y atención creíble y confiable</li><li>• Extintores y botiquines</li><li>• Mobiliario y sala de espera cómodos y seguros</li><li>• Señalizaciones accesibilidad para personas con discapacidad</li><li>• Entendimiento</li><li>• Atención</li><li>• Conocimiento necesidades del cliente</li></ul>	
--	---	--	--	--	--

				<ul style="list-style-type: none"><li>• Horarios de atención flexible</li><li>• Instalaciones cómodas Atractivas</li><li>• Apariencia del trabajador</li><li>• Equipos y mobiliario</li><li>• Zonas de seguridad</li></ul>	
--	--	--	--	--	--



Satisfacción del usuario	<p>Es una respuesta positiva que resulta del encuentro de un consumidor con un producto o servicio, un estado emocional que se desarrolla en respuesta a su evaluación. Los investigadores de marketing y comportamiento del consumidor se han interesado por el concepto de satisfacción desde finales de la década de 1960, aunque hoy en día no existe un consenso sobre su definición y naturaleza. Investigaciones recientes entienden la</p>	<p>La calidad del servicio será medida de acuerdo a las dimensiones e indicadores y para la valoración se utilizará la escala de Likert, considerando :</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepciones</li> <li>• Expectativas</li> <li>• Conformidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad del servicio</li> <li>• Costo de los tramites</li> <li>• Mejoramiento de los servicios</li> <li>• Amabilidad en el trato</li> <li>• Atención rápida y calidad</li> <li>• Tiempo de espera adecuado</li> <li>• Horario adecuado</li> <li>• Resultados rápidos</li> <li>• Conformidad con señalizaciones y acceso de personas con discapacidad</li> <li>• Conformidad de servicios recibidos</li> <li>• Conformidad con la atención del personal</li> </ul>	<p>Totalmente satisfecho</p> <p>Satisfecho</p> <p>Indiferente</p> <p>Insatisfecho</p> <p>Totalmente Insatisfecho</p>
--------------------------	--	---	---	--	--

	<p>satisfacción como una respuesta emocional resultante de un juicio cognitivo, y también se ha demostrado que tiene un impacto directo en la intención del consumidor y la lealtad del comportamiento.(Dos Santos, 2016)</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• conforme con el tiempo que espero para realizar su trámite</li> </ul>	
--	---	--	--	--	--