



**Facultad de
Ciencias Sociales y Humanísticas**

PROYECTO DE TITULACIÓN:

**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO:
CASO AGENCIA LA MANÁ.**

Previa la obtención del Título de:

MAGÍSTER EN ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

Lisette Francisca Ruilova Mosquera

Jorge Arturo Medina Riera

Guayaquil – Ecuador

2022

AGRADECIMIENTO

A nuestra querida universidad Espol, quien nos forjo e impartió sus conocimientos mediante sus docentes altamente calificados.

A nuestro tutor de tesis Dr. Holger Barriga Medina, que no dudo en guiarnos y darnos las pautas para presentar un trabajo con responsabilidad.

A Dios que siempre me ilumino y fue mi refugio en días de tormenta.

Lisette Ruilova Mosquera

Agradezco a Dios por bendecirme con salud y fortaleza necesaria para poder finalizar el presente trabajo. Al personal de la Agencia

Nacional de Tránsito Agencia La Maná, quienes nos abrieron las puertas para poder aplicar los conocimientos adquiridos en la trayectoria de nuestra maestría.

Jorge Medina Riera

DEDICATORIA

A mi tía Ana y mi abuelita Cautiva quienes me impulsaron a tomar esta decisión para el crecimiento profesional en mi vida, quienes pudieron hacer posible cumplir este propósito en mi vida, el mejor regalo que nunca se perderá con el tiempo.

A mis padres: Carmen y Francisco que estuvieron presentes con sus consejos y motivaciones para avanzar día a día a culminar este proyecto, creyendo en mí y apoyándome en todo.

A Chivo la persona que tuvo paciencia, y pedía en sus oraciones que todo me vaya bien, quien nunca dudo de mis capacidades y me brindo su ayuda cada vez que la necesitaba.

“Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber” Albert Einstein

Lisette Ruilova Mosquera

“Dedico este trabajo a mis padres, quienes me han brindado su apoyo incondicional en cada una de las metas que me he propuesto en la vida”.

Jorge Medina Riera

COMITÉ DE EVALUACIÓN

Holger Raúl Barriga Medina
Tutor del Proyecto

Víctor Hugo González Jaramillo
Evaluador 1

Yolanda Viviana Borja Ligua
Evaluador 2

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, corresponde exclusivamente a los autores, y el patrimonio intelectual de la misma a la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**”

Lisette Ruilova Mosquera

Jorge Medina Riera

Análisis de la Calidad de Servicio y su incidencia en la Satisfacción del Usuario de la Agencia Nacional de Tránsito: Caso Agencia La Maná.

Autores: Lissette Francisca Ruilova Mosquera

Jorge Arturo Medina Riera

Resumen: El presente trabajo tiene como objetivo analizar la calidad del servicio y su incidencia en el nivel de satisfacción del usuario en la Agencia Nacional de Tránsito, Agencia La Maná, durante el período 2022, a través de una escala de medición basada en el modelo SERVPERF, el mismo que está compuesto de cinco dimensiones vinculadas con la calidad percibida: aspectos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía; mientras que la satisfacción está en función del cumplimiento de dichas expectativas. La metodología aplicada fue descriptiva – correlacional basada en el enfoque cuantitativo, donde la toma de datos se hizo a partir de una encuesta física a 366 usuarios que brevetaron y renovaron su licencia de conducir en la ANT Agencia La Maná. El análisis reveló que, de las cinco dimensiones, tres incidieron en la satisfacción del usuario, siendo las más sobresalientes la seguridad y la empatía, es decir, los usuarios valoraron en mayor medida las habilidades interpersonales recibidas por parte de los funcionarios de la institución pública.

Palabras clave: Calidad del Servicio, Satisfacción del Cliente, Modelo Servperf.

Clasificación JEL: L80

Abstract: The purpose of this paper is to analyze the quality of service and its impact on the level of user satisfaction of the National Transit Agency, La Maná Agency, during the period 2022, through a measurement scale based on the SERVPERF model, which is composed of five dimensions related to perceived quality: tangible aspects, reliability, responsiveness, security, empathy, while satisfaction is a function of the fulfillment of these expectations. The methodology applied was descriptive-correlational based on the quantitative approach, where data collection was based on a physical survey of 366 users who obtained and renewed their driver's license at the ANT Agency La Maná. The analysis revealed that, of the five dimensions, three had an impact on user satisfaction, the most outstanding being security and empathy, i.e., users valued the interpersonal skills received from the public institution's officials the most.

Key words: Service Quality, Customer Satisfaction, Servperf Model.

Introducción

Hoy en día, la calidad del servicio se ha convertido en un indicador clave utilizado por todo tipo de organizaciones, sean del sector público o privado, dado que abre la posibilidad de identificar oportunidades de mejora, o realizar cambios oportunos, con base en la percepción de los usuarios (Vigo & González, 2020). Sin embargo, existen casos donde la calidad del servicio puede ser apreciada como una herramienta subjetiva, que involucra complicaciones en su medición, análisis e interpretación (Torres Fragoso & Luna Espinoza, 2017).

En este aspecto, la calidad del servicio público del Ecuador se ha visto empañado por diversas causas, entre las que priman casos de corrupción, burocracia excesiva, falta de empatía, entre otros aspectos que han generado una forma de pensar errónea en los usuarios, a tal punto de catalogar como malo o deficiente al servicio que brindan las entidades públicas en el país. Un estudio realizado por la Universidad UTE (2018) a un grupo de 56 entidades públicas, acerca de la calidad de servicio, concluyó que los procesos de estas organizaciones se orientan mayormente al cumplimiento normativo interno y estratégico, pero no hacia la plena satisfacción ciudadana.

Por ese motivo, el presente estudio busca analizar la calidad del servicio en la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) del cantón La Maná, específicamente en la emisión de licencias de conducir, para establecer su incidencia en el nivel de satisfacción de los usuarios. La ANT es una entidad pública encargada de la planificación, regulación y control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial. En síntesis, es una entidad que se encarga de garantizar la segura y libre movilidad terrestre por todo el territorio ecuatoriano (Moreira Arteaga, 2015).

De acuerdo con datos del área operativa de la ANT, en promedio se emiten alrededor de 600 licencias mensuales en la agencia La Maná, de las cuales un 60% de usuarios presenta quejas por el alto tiempo de espera que toma la emisión de este documento. Además, la falta de información y sociabilización de ciertos procesos, así como la obsolescencia de equipos informáticos y fallas en el sistema interconectado AXIS genera demoras y malestar en los usuarios. De ahí surge la necesidad de evaluar aquellos aspectos que inciden en la calidad de servicio, para tomar los correctivos pertinentes.

A la luz de esta problemática surge la siguiente interrogante ¿De qué manera la calidad del servicio incide en la satisfacción del usuario de la ANT de la Agencia La Maná? De esta forma, el trabajo intenta responder a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿De qué manera se lleva a cabo el servicio de emisión y renovación de licencias de conducir, en la ANT en la agencia La Maná?
2. ¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario de la ANT en la agencia La Maná?
3. ¿De qué manera se pueden identificar las dimensiones de la calidad del servicio que tienen mayor influencia en la satisfacción?
4. ¿Qué acciones podrían mejorar la calidad del servicio de la ANT a partir de los resultados obtenidos del modelo estructural?

Objetivo General:

Analizar la calidad del servicio y su incidencia en el nivel de satisfacción del usuario de la Agencia Nacional de Tránsito - Agencia La Maná, en el período 2022, a través de una escala de medición basada en el modelo SERVPERF, para optimizar los procesos de emisión y renovación de licencias de conducir.

Objetivos específicos:

1. Evaluar la calidad del servicio de emisión y renovación de licencias de conducir, en la ANT en la agencia La Maná.
2. Evaluar la satisfacción del usuario de la ANT en la agencia La Maná.
3. Aplicar un modelo de ecuaciones estructurales que identifique las dimensiones de la calidad del servicio que tienen mayor influencia en la satisfacción.
4. Proponer acciones que mejoren la calidad del servicio de la ANT a partir de los resultados obtenidos del modelo estructural.

Revisión de Literatura

Se plantea una descripción general de las características más importantes del servicio, sus propósitos y diferencias más destacables. Los estudios relacionados con la evaluación de la calidad del servicio se agrupan dentro de escuelas como, la norteamericana, donde destacan autores como Parasuraman, Zeithaml y Berry. De esta forma, dichas tendencias son consideradas como marco de referencia para lograr un seguimiento de la variable calidad percibida, a partir de la conceptualización del servicio y calidad del servicio (Parasuraman et al., 1983).

Previo a la identificación de los instrumentos que se utilizan para medir la calidad del servicio, hay que tener claro que se entiende por servicio a aquella acción de servir; es decir, un bien intangible que satisface una necesidad en particular. Por tanto, se trata de un trabajo realizado por otras personas (Anderson & Srinivasan, 2003). Se relaciona con una serie de actividades que tienen su punto de partida cuando el cliente hace un primer contacto con la compañía, tal vez haciendo una consulta, y se extiende hasta la posventa (García, 2016).

A diferencia de los bienes tangibles, los servicios son de carácter intangible y eso hace que, en ocasiones, la percepción que tienen los clientes sobre la calidad del servicio sea subjetiva (Arellano, 2017). Esto se debe a que, a diferencia del producto terminado que se puede elaborar en un momento y almacenar, para luego ser vendido, los servicios no se almacenan, sino que se crean en el momento que son solicitados y el tiempo en que el resultado final o esperado por el cliente concluya, puede tomar desde varios minutos hasta meses y años; por lo que ahí se pueden identificar varias características que definen a los servicios: (a) intangibilidad, (b) inseparabilidad; (c) heterogeneidad; y (d) carácter perecedero o imperdurabilidad (García Sánchez, 2007).

El proceso del servicio

Desde la perspectiva de Mallar (2010) se conoce como proceso al “conjunto de tareas, acciones o actividades debidamente organizadas, de forma secuencial, en la cual se

identifican personas y recursos necesarios para cumplir un propósito en particular” (p. 5). Por tanto, la gestión por procesos se enfoca en la manera que las entidades pretenden alcanzar y superar las expectativas de los grupos de interés. Entonces, los procesos implican una interacción entre varias áreas o dependencias para lograr un objetivo específico, y esto puede involucrar al cliente interno o externo (Llanes-Font et al., 2014).

Para Leal Fica et al. (2017) la gestión por procesos debe ser aplicada en toda organización que desee lograr el éxito a través de la satisfacción del usuario, para lo cual se requiere: (1) el diseño de los procesos, lo que incluye la documentación de proceso vital que sea capaz de responder a las necesidades de los usuarios; (2) el control de los procesos, donde se pueda analizar los problemas y sus causas para tomar los correctivos necesarios; (3) la mejora de los procesos vitales, a fin de establecer la mejora continua a través de una reestructuración profunda; y (4) medición de los resultados, mediante indicadores de gestión.

Calidad de Servicio

Toda organización que orienta sus procesos al servicio al cliente tiene como objetivo alcanzar un escenario de calidad, el mismo que se establece como aquel punto de partida para el diseño de mejoras que le ayuden a crear una ventaja competitiva en el mercado (Vergü Canto, 2014). Dado que los sistemas de gestión permiten incrementar los niveles de eficacia y eficiencia de una compañía, para atender de forma oportuna cualquier requerimiento del cliente, a fin de satisfacer sus necesidades. García (2016) argumenta que las organizaciones que planifican y controlan sus procesos de forma recurrente, tienen mayores posibilidades de ser productivas y rentables.

La calidad percibida por los clientes, referente a los bienes y servicios ofertados, guarda relación directa con todas las actividades que derivan en el proceso de atención, inclusive desde la formación, habilidades y destrezas que tenga el personal, el uso de plataformas tecnológicas y el trato que recibe, se convierten en factores que influyen en la experiencia del usuario (Guadarrama & Rosales, 2015). Por esta razón, Duncan (2011) manifiesta que el servicio al cliente es un proceso enfocado en la creación de valor, donde la lealtad y la reiteración de consumo de estos, es resultado de un alto nivel de satisfacción, dado que el cliente percibe que una organización le ofrece un valor adicional más allá de una simple presentación, lo que hace posible que presente un comportamiento leal.

Calidad del Servicio con enfoque en el sector público

El servicio público es aquella actividad de carácter exclusivo de los organismos estatales, la cual se organiza en función de las disposiciones legales reglamentarias vigentes, con el propósito de satisfacer de forma continua, uniforme y regulada, las necesidades colectivas que son de interés común, realizada a través de la administración pública (Casermeiro, 2010). De esta forma, todo servicio público debe ser consistente o permanente, lo que significa que a lo largo del tiempo debe ofrecer el mismo nivel de servicio. Asimismo, todo prestador de un servicio público debe añadir cualidades como amabilidad, honestidad, respeto y empatía. Hoy en día, la honestidad es un aspecto que en algunas dependencias públicas suele perderse, pero es una cualidad que todo servidor público debe poseer, a fin de que el usuario perciba que el servicio brindado es correcto, legal y ético.

No obstante, los servicios públicos no sólo se enfocan en la entrega de información, sino que su rol principal es ofrecer soluciones y respuestas claras, precisas y efectivas para satisfacer las necesidades de los ciudadanos, por eso se critica mucho aquellas dependencias estatales donde más que respuestas se dan excusas, ya que eso determina deficiencias en la organización pública (Azua Mendia, 1991). Los procesos de carácter público deben estar diseñados de tal forma que se logre una atención prácticamente personalizada a cada usuario. Los estudios determinan que las deficiencias en la prestación de un servicio público se dan cuando están diseñados en base al cumplimiento normativo y no de acuerdo con la cultura y realidad de los usuarios (Henao Colorado, 2020).

Herramientas para evaluar la calidad del servicio

La revisión de literatura establece que los autores han tratado de ponerse de acuerdo en qué elementos realmente deben ser considerados como válidos para determinarlos fiables al momento de evaluar la calidad del servicio. Desde la perspectiva de Garvin (1984) existen ocho dimensiones de la calidad: desempeño, características, confiabilidad (probabilidad de que algo funcione mal), apego, durabilidad, estética y calidad percibida. Por otro lado, Drucker (1990) establece cinco aspectos a evaluar: fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía e interacción humana. Parasuraman et al. (1985) argumentan que la calidad de servicio debía evaluarse en tres dimensiones: física, corporativa e interactiva. Es así como el debate de los diversos elementos a evaluarse dio como origen los modelos de medición: SERVQUAL y SERVPERF.

Partiendo del modelo de Parasuraman et al. (1988) desarrollaron un instrumento que permitía la medición de la calidad percibida, el cual denominaron SERVQUAL y fue tan exitoso a finales de los 80 y la década de los 90, porque se aproximaba bastante a la medición de la calidad en función de las expectativas y percepciones de los clientes. Las dimensiones en las que se basa el modelo son elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, comunicación y accesibilidad.

Posteriormente, esta escala de medición fue objeto de modificaciones y ajustes por parte de Cronin y Taylor (1994) en la cual contemplaron solamente las percepciones y eliminaron las dimensiones que hacen referencia a las expectativas de los clientes, dando como resultado el modelo SERVPERF con 22 preguntas planteadas y divididas en cinco dimensiones: aspectos tangibles, confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía. Para Ibarra y Casas (2015) una ventaja del modelo SERVPERF es que el grado de fiabilidad es bastante alto pues, las medidas de valoración predicen mejor la satisfacción percibida. En base a esta valoración planteamos las siguientes hipótesis:

1. H1: Los Aspectos Tangibles se relacionan positivamente con la Satisfacción de los Usuarios en la ANT Agencia La Maná.
2. H2: La Confiabilidad se relacionan positivamente con la Satisfacción de los Usuarios en la ANT Agencia La Maná.
3. H3: La Capacidad de Respuesta se relacionan positivamente con la Satisfacción de los Usuarios en la ANT Agencia La Maná.

4. H4: La Seguridad se relacionan positivamente con la Satisfacción de los Usuarios en la ANT Agencia La Maná.
5. H5: La Empatía se relacionan positivamente con la Satisfacción de los Usuarios en la ANT Agencia La Maná.

Satisfacción

La satisfacción de los clientes es un concepto que se relaciona con aquella respuesta favorable que se manifiesta al momento de adquirir y usar un bien o servicio. Rojas et al. (2016) argumentan que la satisfacción es un estado emocional que determina la intención de los usuarios acerca la compra o no de un bien o servicio en particular, y de la cual, dependerá su conducta leal. Es decir, si se sintió satisfecho lo más probable es que vuelva al establecimiento y adquiera o consuma aquello que cumplió sus expectativas en cuanto a calidad, tiempo de respuesta, trato, y demás factores afines; mientras que la insatisfacción determina lo contrario y es negativo porque se pierden clientes (García, 2016).

Paride (2017) hizo un análisis de aquellos factores que inciden en la decisión de compra, con el propósito de comprender cómo se produce la sensación de satisfacción del cliente, y también qué aspectos permiten prever la intención de recompra. De acuerdo con esta investigación, los factores que tienen mayor relevancia e influencia en la orientación de compras son: la conveniencia, el precio y la novedad, como factor diferenciador que capta su interés.

Por otro lado, Cadena et al. (2019) explicaron que la insatisfacción es uno de los motivos por los cuales las organizaciones pierden clientes, dado que estos lo piensan dos veces antes de volver a darle una oportunidad a la empresa, y como tal, reducen su intención de compra.

Metodología

El presente trabajo se desarrolló bajo un diseño no experimental, considerando que los datos generados durante su levantamiento no fueron alterados o manipulados, sino que se analizaron de la forma natural en que se manifiestan en su entorno. Por tanto, la opinión dada por los usuarios de la ANT Agencia La Maná fue respetada y colocada tal como fue expresada. De igual forma, es necesario destacar que la investigación fue transversal, debido a que los datos fueron recogidos en un momento único del tiempo y no en varios períodos, dado que no se hizo ninguna comparación (Hernández et al., 2016).

Respecto al tipo de investigación esta fue descriptiva porque, en primera instancia, se hizo una caracterización del patrón de comportamiento de los usuarios de la ANT Agencia La Maná, referente a la calidad percibida. Además, la investigación fue correlacional porque se aplicó un modelo de ecuaciones estructurales para determinar la incidencia que tienen las dimensiones asociadas a la calidad percibida, versus la satisfacción del usuario.

Vale destacar que, la variable independiente fue la calidad percibida, la misma que se desagrega en las cinco dimensiones que componen el modelo SERVPERF, mientras que la satisfacción del usuario fue la variable dependiente. De esta forma, el propósito fue

identificar aquellos factores que generan mayor o menor satisfacción en el usuario que acude a la ANT Agencia La Maná para la emisión de su licencia por primera vez o la renovación.

El enfoque de investigación fue cuantitativo porque las variables fueron medidas numéricamente, para determinar si la información es fiable o no, para lo cual se empleó un instrumento de medición previamente validado, como es el caso del modelo SERVPERF. Con el objetivo de identificar posibles errores de comprensión en el cuestionario, se realizó una muestra piloto a 30 usuarios dando como resultado un cuestionario final adaptado, integrado por 5 preguntas para identificar el perfil del encuestado, 21 preguntas sobre la calidad de servicio, divididas en las cinco dimensiones ya citadas, además de 3 preguntas sobre satisfacción, determinando un instrumento de 29 preguntas en total. Las 24 preguntas del modelo SERVPERF fueron contestadas por medio de la escala de Likert con cinco niveles de intervalo siendo (1) Totalmente en Desacuerdo y (5) Totalmente de acuerdo.

El levantamiento de datos fue realizado, a partir de una encuesta física a los usuarios en las instalaciones de la ANT Agencia La Maná para recoger su opinión sobre la experiencia del servicio de emisión de licencias. La población estadística se determinó en función del número de usuarios que la institución recibió en promedio mensual hasta el cierre del año 2021. En este caso, la agencia recibió una visita promedio de 600 usuarios al mes, dado una población total de 7.200 personas por año. A partir de esta población se calculó la muestra utilizando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, determinando que la muestra mínima debería ser de 366 usuarios.

La técnica de muestreo aplicada fue no probabilística – por conveniencia, debido a que se tomaron las opiniones de aquellos usuarios que se acercaron a la ANT Agencia La Maná durante el mes de abril y aceptaron participar en la encuesta después de recibir su licencia de conducir. Finalmente, para el análisis de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 22 para la tabulación y elaboración de cuadros estadísticos de forma descriptiva, mientras que la estadística inferencial se la hizo a través del programa SMART PLS 4, para elaborar el modelo de ecuaciones estructurales, y así tener un enfoque alternativo, robusto y más flexible al tradicional. Por medio del análisis de frecuencias se pudo identificar las siguientes características de la muestra:

Tabla 1.
Perfil de encuestados

Características		Encuestados	Porcentaje
Sexo	Femenino	100	27.3 %
	Masculino	266	72.7 %
Provincia de Residencia	Cotopaxi	281	76.8 %
	Los Ríos	65	17.8 %
	Guayas	10	2.7 %
	Pichincha	5	1.4 %
	Otra	5	1.4 %
Edad	18 – 30 años	180	49.2 %
	31 – 40 años	93	25.4 %
	41 – 50 años	61	16.7 %
	51 – 60 años	20	5.5 %
	Más de 60 años	12	3.3 %
Nivel de Educación	Básica	31	8.5 %
	Bachillerato	199	54.4 %
	Técnico Superior	26	7.1 %
	Tercer Nivel	92	25.1 %
	Postgrado	18	4.9 %
Tipo de licencia obtenida	A1	11	3.0 %
	C	81	22.1 %
	D	16	4.4 %
	E	56	15.3 %
	G	5	1.4 %
	A	37	10.1 %
	B	158	43.2 %
F	2	0.5 %	

Resultados

Para facilitar el análisis de los indicadores reflectivos que integran los constructos se asignó una codificación a cada variable latente. Para aspectos tangibles AT, para confiabilidad CF, para capacidad de respuesta CR, para Seguridad SG, para empatía EM y satisfacción SS. La valoración se hizo a partir de una escala de 1 a 5, siendo del 1 al 3 los resultados menos favorables y las valoraciones entre 4 y 5 las más favorables.

De las dimensiones analizadas sobre la calidad de servicio, todas las dimensiones alcanzaron calificaciones favorables siendo la dimensión seguridad (SG) la que obtuvo una valoración superior, ya que de los 366 encuestados, la calificación promedio de quienes

contestaron entre las escalas más favorables fue del 94.47 %. Seguido de la variable confiabilidad (CF) con una calificación promedio del 92.13 % de encuestados. En cuanto a la empatía (EM) la calificación promedio favorable de los usuarios fue del 89.96 %. No obstante, las dimensiones que menor valoración favorable recibieron fueron los aspectos tangibles (AT) y capacidad de respuesta (CR) con una calificación promedio del 81.36 % y 77.12% respectivamente. El promedio de valoración de los usuarios en cada una de las dimensiones es:

Tabla 2.
Promedio de dimensiones.

	VALORACIÓN
Aspectos Tangibles	4.12
Confiabilidad	4.48
Capacidad de Respuesta	4.05
Empatía	4.40
Seguridad	4.58
Satisfacción	4.61

Los resultados con relación al nivel de satisfacción del usuario determinan que es bastante alta acerca del servicio que brinda la ANT Agencia La Maná, pues en promedio el 94.90% lo calificó entre 4 y 5; por tanto, están bastante satisfechos con el servicio brindado y podría decirse que es eficiente la emisión de licencias dentro de esta entidad.

Respecto al análisis de confiabilidad del modelo, según Hair et al. (2014) es necesario calcular la consistencia interna, la validez convergente y la validez discriminante. La consistencia interna se mide por medio de Alfa de Cronbach el cual es un promedio de las correlaciones entre los ítems que hacen parte de un instrumento (Streiner, 2003). El valor mínimo aceptable para el coeficiente es 0.70, por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja, el valor máximo esperado es 0.90, por encima de este valor se considera que hay redundancia o duplicación (Oviedo & Campo, 2005). El alfa de Cronbach es sensible al número de elementos de la escala y generalmente tiende a subestimar la fiabilidad de la consistencia interna por ello, Hair et al. (2014) considera que es más apropiado aplicar una medida diferente de fiabilidad de consistencia interna, que se denomina fiabilidad compuesta la cual varía de 0 a 1, generalmente se interpreta de la misma manera que el alfa de Cronbach, no se recomienda valores mayores a 0.95 porque indican que todas las variantes miden el mismo fenómeno.

La validez convergente permite conocer el grado en que una medida correlaciona positivamente con medidas alternativas del mismo constructo (Hair et al., 2014). Para establecer la validez convergente se considera que la fiabilidad de los indicadores debe tener

cargas superiores a 0.708, este valor indica que los indicadores asociados tienen mucho en común. Otra medida utilizada solo en indicadores reflectivos es la varianza media extraída (AVE) el cual permite conocer que valor de la varianza del constructo es debido a sus indicadores, Fornell y Larcker (1981) sugieren 0.5 como límite inferior de un AVE aceptable.

Y, por último, la validez discriminante permite conocer el grado de diferencia de cada constructo con los otros constructos del modelo. El criterio de Fornell y Larcker (1981) compara la raíz cuadrada de los valores AVE con las correlaciones de las variables latentes. En conclusión un modelo posee validez discriminante si la raíz cuadrada de la AVE de cada constructo es mayor a las correlaciones (r de Pearson) con el resto de constructos del modelo (Ramírez et al., 2019).

Utilizando el programa SMART PLS 4 analizamos la confiabilidad del modelo, los primeros resultados revelaron que el coeficiente de trayectoria del indicador CR4 no es estadísticamente significativa (0.054), por tal motivo eliminamos este indicador como dicta la literatura. Además, al análisis de Fornell y Larcker reveló que no existe validez discriminante en el constructo empatía (EM), por este motivo se procedió a realizar un análisis de colinealidad, para ello se calculó el estadístico de factor de inflación de la varianza (VIF) que es el grado en que el error estándar se ha incrementado debido a la presencia de colinealidad.

Este análisis identificó que siete indicadores: CF 3, CF 5, CR 2, SG 2, SG 3, EM 3 y SS 2 mostraban niveles de colinealidad mayores a 5, por tal motivo se eliminaron del modelo puesto que Hair et al. (2014) recomiendan indicadores que tengan rangos de tolerancia desde 0.20 hasta 5. El modelo final se muestra en la figura 1.

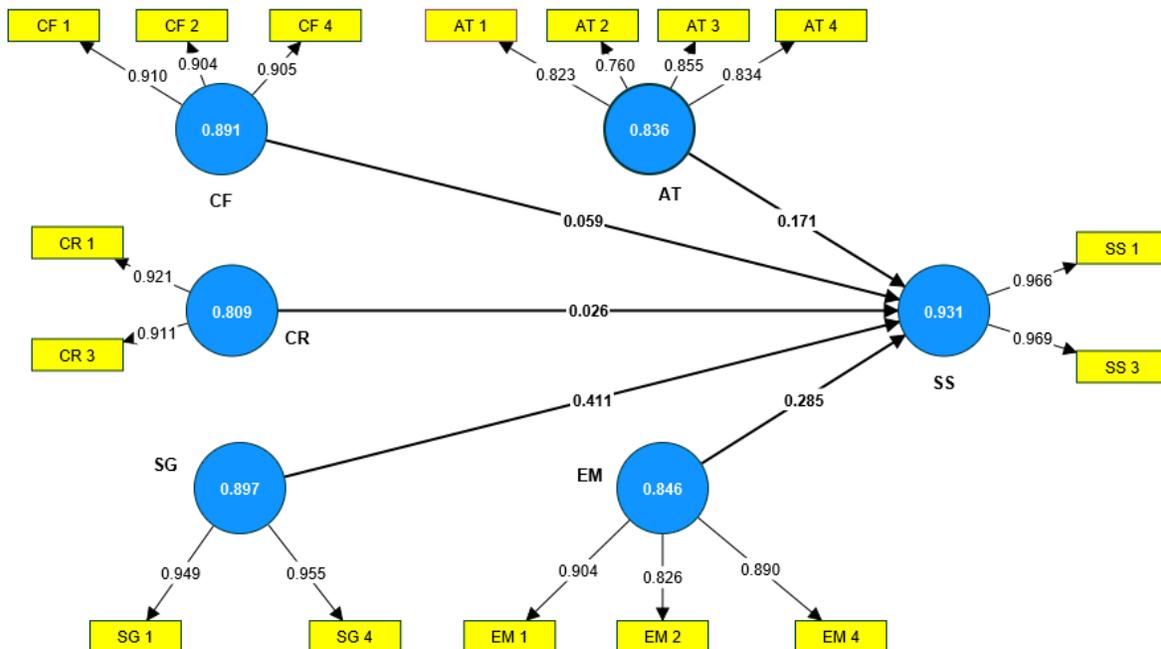


Figura 1. Estimación modelo de medición.

Realizados los ajustes, el alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta y varianza extraída media indican que todos los coeficientes cuentan con valores superiores al valor crítico, demostrando que las dimensiones del instrumento tienen una consistencia interna y validez convergente aceptable, como se puede verificar en la tabla 3.

Tabla 3.

Coefficientes del modelo de medición.

	Alfa de Cronbach	Fiabilidad Compuesta	Varianza Extraída Media (AVE)
Aspectos Tangibles	0.836	0.890	0.670
Confiabilidad	0.891	0.932	0.821
Capacidad de Respuesta	0.809	0.913	0.840
Empatía	0.846	0.907	0.764
Seguridad	0.897	0.951	0.906
Satisfacción	0.931	0.967	0.936

En lo que concierne a la validez discriminante, de acuerdo a Fornell y Larcker (1981) el modelo presentó correlación con el resto de constructos del modelo como se puede apreciar en la tabla 4.

Tabla 4.

Análisis de Validez Discriminante.

	AT	CF	CR	EM	SG	SS
AT	0.819					
CF	0.780	0.906				
CR	0.698	0.818	0.916			
EM	0.610	0.722	0.772	0.874		
SG	0.680	0.759	0.831	0.859	0.952	
SS	0.688	0.731	0.755	0.804	0.838	0.967

Estimación del Modelo Estructural.

La ventaja de trabajar con modelos de ecuaciones estructurales es que permite analizar el comportamiento de cada variable latente contra las demás. Un método es por medio del coeficiente de trayectoria (Path) el cual permite conocer en qué medida las variables exógenas contribuyen a la varianza explicativa de la variable endógena, se aceptan valores críticos absolutos mayores a 0.20, estos valores representan los pesos de regresión estandarizados. Como se puede apreciar en la tabla 5 las variables latentes confiabilidad

(0.059) y capacidad de respuesta (0.026) presentan valores por debajo del umbral permitido, por tal motivo estas dos variables no contribuyen a la varianza endógena de Satisfacción.

Otro método para comprobar que los coeficientes sean significativos, es el análisis bootstrapping el cual permite examinar la estabilidad de las estimaciones ofrecidas por el estudio de Mínimos Cuadrados Parciales (Chin, 1998). El software SmartPLS 4 se basa en un procedimiento Bootstrap no paramétrico, permite realizar el análisis de submuestreo, con el cual se puede obtener los valores para la prueba t-Student para cada dimensión con n número de submuestras. Hair et al. (2014, p. 134) como norma, recomienda realizar 5000 muestras bootstrap. Este análisis corrobora lo que indicó el análisis de trayectoria, que las variables de confiabilidad (CF) y capacidad de respuesta (CR) no son significativas con relación a la satisfacción (SS) ya que obtuvieron un valor $p > 0.05$ como lo indica la tabla 5:

Tabla 5.
Resultados del Modelo por Bootstrapping.

	Coeficiente Trayectoria	Muestra Original	Media de la Muestra	Desviación Estándar	Estadísticos t	Valores p
AT > SS	0.171	0.171	0.171	0.060	2.864	0.004
CF > SS	0.059	0.059	0.065	0.082	0.724	0.469
CR > SS	0.026	0.026	0.031	0.087	0.295	0.768
EM > SS	0.411	0.285	0.281	0.070	4.044	0.000
SG > SS	0.285	0.411	0.403	0.079	5.212	0.000

En base al valor p-value obtenido en la estimación del modelo estructural, de las hipótesis planteadas se puede concluir que las variables: aspectos tangibles, seguridad y empatía son estadísticamente significantes, es decir son las variables que realmente están incidiendo en la satisfacción del usuario.

Tabla 6.
Prueba de Hipótesis.

HIPÓTEIS	Variable Independiente	Variable Dependiente	P - Value	Resultado
H 1	Aspectos Tangibles	Satisfacción	0.004	Se acepta
H 2	Confiabilidad	Satisfacción	0.469	Se rechaza
H 3	Capacidad de Respuesta	Satisfacción	0.768	Se rechaza
H 4	Seguridad	Satisfacción	0.000	Se acepta
H 5	Empatía	Satisfacción	0.000	Se acepta

Evaluación de la Calidad del Modelo

Para conocer cuál es la precisión predictiva del modelo, el coeficiente de determinación (R^2) representa los efectos combinados de las variables latentes exógenas sobre la variable latente endógena, se calcula como la correlación al cuadrado entre los valores reales y predichos de un constructo endógeno específico y su valor oscila entre 0 y 1 (Hair et al., 2014, p. 175). El coeficiente de determinación obtenido fue de 0.754, lo que demuestra que las dimensiones del modelo SERVPERF son capaces de explicar en un 75.40 % de la varianza de satisfacción general de calidad de servicio en la Agencia Nacional de Tránsito Agencia La Maná.

Otro método para evaluar la calidad de modelo es el coeficiente Q^2 el cual es un indicador de relevancia predictiva, el procedimiento en el software SMART PLS 4 elimina sistemáticamente variables latentes y predice cada punto de datos de las variables en el modelo de revisión reflectivo de los constructos endógenos. El resultado de Q^2 obtenido fue de 0.738 por lo que apoya la relevancia predictiva del modelo con respecto a la variable latente endógena (Satisfacción).

Propuesta de acciones para mejorar la calidad del servicio

Con relación a las variables que el modelo PLS-SEM identificó para medir la calidad de servicio, se presentan las siguientes acciones a tomar en cuenta para mejorar la calidad de servicio.

En la categoría de equipo tecnológico en la dimensión de aspectos tangibles, se propone adquirir equipamiento informático moderno ya que las impresoras y escáneres que poseen actualmente la institución ya cumplieron su vida útil y presentan algunas fallas técnicas, además adquirir computadoras de escritorio porque existe una sola computadora para rendir las pruebas teóricas lo que provoca retraso en el tiempo de atención a los usuarios. En lo concerniente a las instalaciones físicas se recomienda pintar el edificio ya que presenta un aspecto físico deteriorado, igualmente invertir en el mantenimiento de los servicios sanitarios y sistema eléctrico, acciones que no se han realizado hace varios años lo que provocan un mal aspecto en la institución.

Para lograr que los usuarios perciban como confiables los servicios que presta la ANT se propone mejorar los protocolos de seguridad en el sistema AXIS para impedir que personas ajenas a la institución tengan acceso a la información, con esto se evitaría que conductores obtengan sus licencias de conducir de forma adulterada, sin tener documentos de respaldo y sobre todo sin tener la pericia necesaria para conducir un vehículo, el cual es uno de los motivos de los accidentes de tránsito en las vías del país.

La Agencia La Maná al ser una agencia cantonal, no cuenta con algunas áreas administrativas, por tal motivo con relación a la dimensión de capacidad de repuesta, se recomienda que una vez al mes y de forma planificada personal de la unidad administrativa provincial de Latacunga se traslade a las oficinas de La Maná para brindar solución a los diferentes servicios que se presentan en estas áreas como por ejemplo el departamento

jurídico y tecnológico, con ello se atendería con prontitud ciertos trámites que quedan rezagados.

Se propone que el jefe de atención al usuario coordine con el departamento de talento humano talleres y charlas sobre herramientas que permitan mejorar la atención al usuario, lo que permitirá que los empleados apliquen técnicas adecuadas de comunicación hacia los usuarios y con ello mejorar la confianza y seguridad que sientan los usuarios al momento de recibir el servicio.

Uno de los mayores problemas con que se encuentran los usuarios es en el tiempo de demora en la asignación de turnos para obtener la licencia de conducir, por ese motivo con relación a la dimensión de empatía, se recomienda contratar a una persona para que la cantidad de personas atendidas diariamente aumente, con esta medida reducir el tiempo de espera promedio y brindar una atención personalizada a los usuarios.

Cabe recalcar que la ANT – La Maná al ser una agencia cantonal no cuenta con la autonomía administrativa y financiera para tomar en cuenta y aplicar las propuestas planteadas ya que todas las decisiones se las toma en la Agencia Matriz en Quito, por tal motivo, los resultados del presente trabajo pueden servir de apoyo para que las autoridades encargadas tomen las mejores decisiones en cada una de las acciones para mejorar la calidad de servicio.

Discusión

A partir del modelo SERVPERF se pudo comprobar que es un modelo validado y confiable al momento de analizar la calidad de servicio en empresas de diferente índole como transporte, salud, alimentación, educación entre otros. Cabe recalcar que no es el único, el modelo SERVQUAL también permite medir la calidad de servicio, con la diferencia que este modelo toma como base las expectativas de los clientes como lo demuestra la literatura en la investigación de Cevallos (2015) en donde llegó a la conclusión de que los aspectos tangibles son fundamentales para mejorar la calidad de servicio en un comedor universitario.

El modelo elegido fue el SERVPERF porque entre las ventajas que presenta según Ibarra y Casas (2015) la información no se pierde, ocupa menos tiempo responder el cuestionario y los trabajos de interpretación y análisis son más sencillos ya que no se toma en cuenta las expectativas de los clientes. En el presente trabajo se identificó que la seguridad es la dimensión que más valoraron los usuarios al momento de recibir el servicio, este resultado guarda relación con la teoría del Servicio Orientado al Cliente propuesta por Lytle et al.(1998) quienes argumentan que una organización se vuelve más competitiva cuando pone al cliente en el centro de sus operaciones, y se enfoca en crear procesos que realmente atiendan sus necesidades.

Al comparar los resultados del presente trabajo con otras investigaciones realizadas en otro tipo de servicios como la de telefonía celular, Ibarra y Casas (2015) demostraron que los elementos que más aportaron a la satisfacción de los usuarios fueron los elementos tangibles al igual que Espinoza y Fragoso (2022) en el análisis de la calidad de servicios públicos de salud con el modelo SERVPERF, las dimensiones de mejor calidad valoradas

fueron los elementos tangibles y seguridad. Esto evidencia que las dimensiones del modelo pueden ser valoradas de acuerdo con la percepción de los clientes o usuarios y el modelo puede ser reajustado a cualquier sector que se desee investigar.

Conclusiones

Por medio del presente estudio, se puede concluir que tomando como base el modelo SERVPERF la evaluación en la calidad de servicio en la ANT Agencia La Maná tiene una alta valoración ya que todas las dimensiones de calidad obtuvieron calificaciones promedio entre cuatro y cinco de parte de los usuarios encuestados. Sobresaliendo la capacidad de los empleados para transmitir conocimientos, confianza y cortesía (Seguridad 4.58), seguido de la capacidad para brindar una atención personalizada (Empatía 4.48). Además, esta valoración incidió de forma positiva en la satisfacción del usuario, porque en promedio el 94% de los encuestados contestaron de forma favorable que estaban satisfechos con el servicio y estarían dispuestos a regresar y recomendar los servicios que brinda la institución.

Por otra parte, el análisis de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS) identificó que el modelo estructural tenía problemas de colinealidad en siete indicadores los cuales fueron eliminados, una vez solucionado este problema se determinó que existe una consistencia interna, validez convergente aceptable y que cada constructo es único y capta información no representada por otros en el modelo. Cabe recalcar que a pesar de que obtuvieron calificaciones altas en la capacidad de cumplir lo prometido (Confiabilidad 4.48) y la rapidez y agilidad en el servicio brindado (Capacidad de Respuesta 4.05) de acuerdo con el análisis bootstrapping estas dimensiones no son estadísticamente significativas y por ende no influyen en el modelo con relación a la satisfacción.

Una vez establecido la calidad de las medidas, con base en los criterios de evaluación de los resultados PLS-SEM se demostró que el coeficiente de determinación R^2 del modelo tiene un alto nivel de precisión predictiva (0.75) entre las variables exógenas de calidad de servicio y la variable endógena satisfacción del usuario. Además, el valor Q^2 indica que existe un 0.73 de relevancia predictiva del modelo con respecto a la variable latente endógena satisfacción.

Los indicadores de confiabilidad y capacidad de respuesta menor calificados permiten identificar qué factores es lo que está incidiendo para tener esta valoración, las posibles causas pueden ser la demora que genera la asignación de turnos web a causa de la pandemia del COVID 19 o la falta de socialización de requisitos solicitados. Por ello, las acciones que deben proponerse las autoridades para mejorar la calidad del servicio deben girar en torno al usuario, esto significa ponerse en sus zapatos, atender sus necesidades de forma oportuna y eficiente durante la emisión de licencias de conducir.

Finalmente, se recomienda replicar el modelo de valoración SERVPERF en las oficinas de la ANT a nivel nacional para determinar si tiene el mismo patrón la calidad de servicio percibida, con lo cual ayudaría a las autoridades de la ANT a tomar las medidas adecuadas para mejorar la calidad de servicio y poder cumplir con los objetivos de la filosofía organizacional el cual es fortalecer la capacidad institucional y la mejora continua en la gestión.

Fortalezas y Limitaciones

Entre las fortalezas de esta investigación se puede mencionar que se trabajó sobre una muestra representativa de usuarios y sobre todo la toma de información se realizó de manera inmediata por medio de encuestas físicas, lo que hizo posible profundizar en la información obtenida al despejar cualquier inquietud que tenía el usuario sobre alguna de las preguntas y opciones de respuesta.

Una limitación del presente estudio es que la investigación se enfocó solamente en la Agencia de atención al usuario La Maná, en la emisión de licencias de conducir, lo que no permite identificar la satisfacción de usuario en otro tipo de servicios que ofrecen la agencia ANT matriz y unidades administrativas provinciales como es en la emisión de títulos habilitantes de transporte internacional y nacional de servicio público, comercial y cuenta propia. De igual manera, otra limitación a destacar es que la investigación fue transversal, no se hizo ninguna comparación con relación a otro momento en el tiempo.

Futuras Líneas de Investigación

Tomando como base el análisis de la calidad percibida mediante el modelo SERVPERF, sería interesante evaluar cómo la calidad de los servicios digitales en plataformas de entidades públicas está incidiendo en la experiencia del consumidor. Por ejemplo, qué tan amigable es la interacción digital, si el contenido difundido en la red es apropiado, si la navegación en la página web o aplicación de algún servicio público es intuitivo y sirve para el propósito bajo el cual fue desarrollado, o en su defecto, requiere ser mejorado. De esta forma, a partir de la aplicación de instrumentos de medición que evalúen servicios digitales es posible formular estrategias que ayuden a dar paso en la transformación digital que persigue el sector público ecuatoriano para insertarse en un ambiente competitivo, eficiente y comprometido en satisfacer las necesidades colectivas.

Referencias

- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & Marketing*, 20(2), 123-138. <https://doi.org/10.1002/mar.10063>
- Arellano, H. O. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las Ciencias*, 3(Extra 2), 72-83.
- Azua Mendiola, J. I. (1991). La calidad en la Administración Pública. *Boletín de estudios económicos*, 46(143), 309-318.
- Cadena, J. L., Cruz, V. D., Leon, J., & Cadena, G. P. (2019). Gestión de procesos y satisfacción del usuario en centros de salud de los cantones Quito y Rumiñahui. *Revista ESPACIOS*, 40(37). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/19403723.html>
- Casermeyro, M. B. (2010). *La Calidad en los Servicios Públicos. Gobierno de la Provincia de Salta. Secretaría General de la Gobernación.*

- Cevallos Ampuero, J. (2015). Medición de la calidad del servicio de un comedor universitario utilizando SERVQUAL y desarrollo de un modelo de ecuaciones estructurales. *Industrial Data*, 18(1), 31-39.
- Chin, W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 8.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). Servperf frente a Servqual: Conciliación de la medición de la calidad del servicio basada en el rendimiento y en las percepciones menos las expectativas. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131. <https://doi.org/10.1177/002224299405800110>
- Drucker, P. F. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Sudamericana.
- Duncan, L. L. (2011). La orientación al servicio, los roles y la formación de los mandos intermedios en las organizaciones de servicio. *Cuadernos Empresa y Humanismo (Serie de monografías)*, 114, 3-97.
- Espinoza, I. L., & Frago, J. T. (2022). Análisis de la calidad de servicios públicos de salud con el modelo SERVPERF: Un caso en el Istmo de Tehuantepec. *Contaduría y administración*, 67(1), 5.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Modelos de ecuaciones estructurales con variables no observables y error de medida: Álgebra y estadística. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388. <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18(3), 381-398.
- García Sánchez, I. M. (2007). *La nueva gestión pública: Evolución y tendencias*. 29.
- Garvin, D. A. (1984). Product quality: An important strategic weapon. *Business Horizons*, 27(3), 40-43. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(84\)90024-7](https://doi.org/10.1016/0007-6813(84)90024-7)
- Guadarrama, E., & Rosales, E. M. (2015). Marketing relacional: Valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. *Ciencia y Sociedad*, 40(2), 307-340.
- Hair, J. F., Hult, G. T. G., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications. Inc.
- Henao Colorado, L. C. (2020). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y administración*, 65(3), 36.
- Ibarra, L. E. M., & Casas, E. V. M. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: Una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y administración*, 60(1), 229-260.
- Leal Fica, A. L. F., Aranguiz Casanova, M. A., & Gallegos Mardones, J. (2017). Análisis de riesgo crediticio, propuesta del modelo credit scoring. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26(1). <https://doi.org/10.18359/rfce.2666>
- Llanes-Font, M., Isaac-Godínez, C. L., Moreno-Pino, M., & García-Vidal, G. (2014). De la gestión por procesos a la gestión integrada por procesos. *Ingeniería Industrial*, 35(3), 255-264.
- Lytle, R. S., Hom, P. W., & Mokwa, M. P. (1998). SERV*OR: A managerial measure of organizational service-orientation. *Journal of Retailing*, 74(4), 455-489. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80104-3](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80104-3)

- Mallar, M. Á. (2010). LA GESTIÓN POR PROCESOS: UN ENFOQUE DE GESTIÓN EFICIENTE. *Visión de Futuro*, 23.
- Moreira Arteaga, G. X. (2015). *Análisis de los servicios que presta la agencia nacional de tránsito para mejorar la atención al usuario a través de una campaña radial en la agencia de Samborondón*. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8608>
- Oviedo, H. C., & Campo, A. A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1983). Service firms need marketing skills. *Horizontes de negocios*. <http://www.scopus.com/inward/record.url?scp=0010190150&partnerID=8YFLogxK>
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). *SERVQUAL: A MULTIPLE-ITEM SCALE FOR MEASURING CONSUMER PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY*. 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Paride, B. (2017). *La Satisfacción Del Cliente*. Thema.
- Ramírez, P. E., Melo, A. M., & Salazar, E. A. (2019). *Propuesta Metodológica para aplicar modelos de ecuaciones estructurales con PLS: El caso del uso de las bases de datos científicas en estudiantes*. <https://revistas.uepg.br/index.php/admpg/article/view/14062>
- Rojas, A. F., Zuñiga, G. F., & Gamboa, J. (2016). *Satisfacción, el compromiso de la banca con sus clientes*. 1057, 12.
- Streiner, D. L. (2003). Being Inconsistent About Consistency: When Coefficient Alpha Does and Doesn't Matter. *Journal of Personality Assessment*, 80(3), 217-222. https://doi.org/10.1207/S15327752JPA8003_01
- Torres Fragoso, J., & Luna Espinoza, I. (2017). Assessment of banking service quality perception using the SERVPERF model. *Contaduría y Administración*, 62(4), 1294-1316. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2017.06.011>
- Universidad UTE. (2018, enero 5). *La calidad del servicio al cliente en el sector público*. UTE - La mejor universidad del Ecuador. <https://www.ute.edu.ec/la-calidad-del-servicio-al-cliente-sector-publico-se-investiga-la-ute/>
- Vergíu Canto, J. (2014). La cadena de valor como herramienta de gestión para una empresa de servicios. *Industrial Data*, 16(1), 017. <https://doi.org/10.15381/idata.v16i1.2944>
- Vigo, J., & González, J. (2020). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 16(3), 57-66.

APÉNDICE 1

ENCUESTA DE OPINIÓN SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO LA MANÁ

Estimado usuario, la presente encuesta busca conocer su opinión sobre la calidad de servicio ofrecido en la Agencia Nacional de Tránsito La Maná en la emisión de licencias de conducir. Su participación es completamente anónima. La encuesta tiene una duración aproximada de 4 minutos y no tiene respuestas ni buenas ni malas, por lo que se le pide responder de la manera más sincera posible. De antemano agradecemos su participación en el presente estudio.

Por favor conteste las preguntas y marque con una “x” una sola opción

1.- Sexo

- Femenino
 Masculino

2.- Provincia de Residencia

- Cotopaxi
 Los Ríos
 Otra (por favor especifique) _____
- Guayas
 Pichincha

3.- Edad:

- 18 – 30 años
 31 – 40 años
 41 – 50 años
 51 – 60 años
 Más de 60 años

4.- Nivel de educación:

- Básica
 Bachillerato
 Técnico Superior
 Tercer Nivel
 Postgrado

5.- Tipo de licencia obtenida:

- A1
 C
 D
 E
 G
- A
 B
 F

CALIDAD DE SERVICIOS

6.- Basándose en la atención recibida, indique si la calidad de servicio que le han brindado en la ANT - La Maná, ha sido mejor o peor de lo que esperaba. Por favor marque con una “x” una sola opción por fila:

	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
ASPECTOS TANGIBLES					
La ANT – La Maná dispone de máquinas y equipos tecnológicos actualizados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las instalaciones físicas de la ANT - La Maná son visualmente atractivas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la ANT - La Maná está vestido correctamente y tienen un aspecto pulcro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las instalaciones físicas de la ANT – La Maná están acondicionadas para orientarse y saber a dónde dirigirse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CONFIABILIDAD	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
La ANT - La Maná cumple con cada uno de los servicios que ofrece.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando tiene problemas en alguno de los trámites, la ANT - La Maná es comprensiva y brinda soluciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los servicios que presta la ANT - La Maná son confiables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La ANT - La Maná presta sus servicios en el tiempo y horario señalado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La ANT - La Maná mantiene su información de manera confidencial y segura.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
La ANT - La Maná informa a sus usuarios los requisitos necesarios para realizar los trámites.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la ANT – La Maná atiende con prontitud.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la ANT – La Maná siempre está dispuesto a ayudar a los usuarios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la ANT está demasiado ocupado como para responder rápidamente a las solicitudes de los usuarios con prontitud.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SEGURIDAD	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
El comportamiento del personal de la ANT – La Maná transmite confianza.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puede sentirse seguro cuando interactúa con el personal de la ANT -La Maná.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la ANT – La Maná es educado y amable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la ANT - La Maná posee los conocimientos necesarios para realizar bien su trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EMPATÍA					
El personal de la ANT – La Maná brinda una atención personalizada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la ANT conoce cuáles son mis necesidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de La ANT - La Maná muestra un interés sincero sobre mis requerimientos e inquietudes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La ANT – La Maná tiene un horario de atención conveniente para los usuarios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7.- A continuación, se presentan preguntas sobre su nivel de satisfacción sobre el servicio recibido en la Agencia Nacional de Tránsito La Maná. Por favor marque con una “x”

	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
De manera general, estoy satisfecho con los servicios que ofrece la ANT – La Maná.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estoy dispuesto a seguir utilizando los servicios de la ANT - La Maná en el futuro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estoy dispuesto a recomendar los servicios que brinda la ANT – La Maná.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>