

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## CENTRO DE POSGRADOS

### PROGRAMA DE MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS COHORTE 2022

---

MANEJO DE LAS DIMENSIONES DEL MODELO SERVQUAL  
**TEMA:** PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO  
EN LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS.

---

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Cuarto Nivel de Magíster  
en Dirección de Empresas

**Modalidad del Trabajo de Titulación:** Trabajo de Titulación con Componente de  
Investigación Aplicada

**Autor:** Ingeniero Segundo Aníbal Miranda Gavilánez

**Director:** Ingeniero Arturo Fernando Montenegro Ramírez

Ambato – Ecuador

2023

## **A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados**

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el Ingeniero Héctor Fernando Gómez Alvarado, director del Centro de Posgrados, e integrado por los señores: *Ingeniero Víctor Hugo Córdova Aldás PhD. e Ingeniero Oswaldo Santiago Verdesoto Velástegui PhD.* designados por la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Titulación con el tema: “*Manejo de las dimensiones del modelo SERVQUAL para la gestión de la calidad del servicio público en los gobiernos autónomos descentralizados*”; elaborado y presentado por el Ingeniero Segundo Aníbal Miranda Gavilánez, para optar por el Título de cuarto nivel de Magíster en Dirección de Empresas; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

---

*Ing. Héctor Fernando Gómez Alvarado, PhD*  
**Presidente y Miembro del Tribunal**

---

*Ing. Víctor Hugo Córdova Aldás PhD.*  
**Miembro del Tribunal de Defensa**

---

*Ing. Oswaldo Santiago Verdesoto Velástegui PhD.*  
**Miembro del Tribunal de Defensa**

**AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación presentado con el tema: “Manejo de las dimensiones del modelo SERVQUAL para la gestión de la calidad del servicio público en los gobiernos autónomos descentralizados”, le corresponde exclusivamente a: Ingeniero Segundo Aníbal Miranda Gavilánez, Autor bajo la Dirección del Ingeniero Arturo Fernando Montenegro Ramírez Magíster, Director del Trabajo de Titulación, y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

---

*Ingeniero Segundo Aníbal Miranda Gavilánez*  
*c.c.: 1803706124*  
**AUTOR**

---

*Ingeniero Arturo Fernando Montenegro Ramírez Magíster*  
*c.c.: 1803845385*  
**DIRECTOR**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

---

*Ingeniero Segundo Aníbal Miranda Gavilánez*  
*c.c.:1803706124*

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	ii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
DEDICATORIA .....	x
RESUMEN EJECUTIVO .....	xi
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción .....	1
1.2. Justificación.....	2
1.3. Objetivos .....	5
1.3.1. Objetivo general .....	5
1.3.2. Objetivos específicos .....	5
CAPÍTULO II .....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes investigativos .....	6
2.2. Fundamentación científica .....	10
2.2.1. Dimensiones de calidad de servicio .....	10
2.2.2. Satisfacción del usuario.....	12
2.2.3. Beneficios de la satisfacción del usuario .....	13
2.2.4. Relación satisfacción y calidad .....	14
CAPÍTULO III.....	16
MARCO METODOLÓGICO .....	16
3.1. Tipo de investigación .....	16

3.1.1. Enfoque de investigación .....	16
3.1.2. Alcance de investigación .....	17
3.2. Población o muestra .....	18
3.2.1. Población.....	18
3.2.2. Muestra.....	19
3.3. Prueba de hipótesis.....	20
3.4. Recolección de información.....	21
3.4.1. Técnica de recolección de información.....	22
3.4.2. Instrumento de recolección de información.....	22
3.5. Procesamiento de la información y análisis estadístico .....	23
CAPÍTULO IV .....	24
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	24
4.1. Resultados de la encuesta a empleados .....	24
4.2. Resultados de la encuesta a usuarios.....	32
4.3. Comprobación de la hipótesis .....	39
4.3.1. Prueba de normalidad.....	40
4.3.2. Verificación de la hipótesis .....	40
4.4. Discusión de resultados.....	41
CAPÍTULO V .....	43
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	43
5.1. Conclusiones .....	43
5.2. Recomendaciones.....	44
Bibliografía .....	45
ANEXOS .....	51
Anexo 1. Encuesta a empleados.....	51
Anexo 2. Encuesta a empleados.....	53
Anexo 3. Validación de encuesta .....	55

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Muestra.....	20
Tabla 2. Nivel de confiabilidad.....	23
Tabla 3. Resumen del procesamiento de datos .....	23
Tabla 4. Tangibilidad .....	24
Tabla 5. Fiabilidad .....	25
Tabla 6. Capacidad de respuesta .....	27
Tabla 7. Seguridad .....	28
Tabla 8. Empatía .....	30
Tabla 9. Tangibilidad .....	32
Tabla 10. Fiabilidad .....	33
Tabla 11. Capacidad de respuesta .....	35
Tabla 12. Seguridad .....	36
Tabla 13. Empatía .....	38
Tabla 14. Pruebas de normalidad .....	40
Tabla 15. Correlaciones .....	40

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tangibilidad .....	24
Gráfico 2. Fiabilidad .....	26
Gráfico 3. Capacidad de respuesta .....	27
Gráfico 4. Seguridad .....	29
Gráfico 5. Empatía .....	31
Gráfico 6. Tangibilidad .....	32
Gráfico 7. Fiabilidad .....	34
Gráfico 8. Capacidad de respuesta .....	35
Gráfico 9. Seguridad .....	37
Gráfico 10. Empatía .....	38



## **AGRADECIMIENTO**

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento a todas aquellas personas que han contribuido de manera significativa a la realización de este trabajo de titulación.

En primer lugar, agradezco a mi Tutor Ing. Arturo Montenegro, por su orientación para el desarrollo y mejora de este trabajo.

Agradezco también a las autoridades del GAD de Mocha en especial el Ing. Danilo Ortiz, alcalde por brindarme los recursos y el espacio necesario para llevar a cabo esta investigación.

A mis docentes y compañeros de clase y amigos, quienes me ofrecieron su ayuda y estímulo en momentos clave.

Agradezco a mi familia por su inquebrantable respaldo, su apoyo emocional y comprensión fueron fundamentales para superar los desafíos y obstáculos que se presentaron.

Gracias a todos los que contribuyeron de alguna manera a la culminación de este trabajo. Su colaboración ha dejado una huella indeleble en mi experiencia académica.

Segundo Aníbal Miranda Gavilánez

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación a las personas que han sido pilares fundamentales en mi trayectoria académica y personal.

A mis padres, Sr. Segundo Armando Miranda y Raquel Elizabeth Gavilánez, cuyo amor incondicional y sacrificios han sido la fuerza impulsora detrás de cada logro alcanzado. Su apoyo constante y sus palabras alentadoras han sido mi mayor inspiración.

A mí hijo Samuel Alejandro Miranda Ortiz, quien siempre ha estado presente, brindándome amor y comprensión en los momentos más desafiantes. Tu presencia ha hecho que todo sacrificio tenga sentido y que este viaje académico más significativo.

A mis amigos y compañeros de clase, quienes compartieron comentarios, desafíos y éxitos a lo largo de este camino. Su amistad ha sido un regalo invaluable.

También este trabajo está dedicado a todos aquellos que han creído en mí y han sido parte esencial de mi vida de este viaje que transcurre día a día el mismo que promueve a crecer y ser cada día mejores como seres humanos.

Segundo Aníbal Miranda Gavilánez

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE POSGRADOS**  
**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS**  
**COHORTE 2022**

**TEMA:**

*MANEJO DE LAS DIMENSIONES DEL MODELO SERVQUAL PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO EN LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS*

**MODALIDAD DE TITULACIÓN:** Trabajo de Titulación con Componente de Investigación Aplicada

**AUTOR:** Ingeniero Segundo Aníbal Miranda Gavilánez

**DIRECTOR:** Ingeniero Arturo Fernando Montenegro Ramírez. Magíster

**FECHA:** dieciséis de noviembre de dos mil veintitrés

**RESUMEN EJECUTIVO**

Actualmente la sociedad cada día es más consciente, lo que ha traído oportunidades a las entidades públicas, y con la acumulación de este conocimiento, los ciudadanos ya no se conforman con servicios que no cubren sus expectativas y por ende exigen mejor calidad en los servicios que brindan las entidades públicas. Por esta razón, se plantea el tema “Manejo de las dimensiones del modelo SERVQUAL para la gestión de la calidad del servicio público en gobiernos autónomos descentralizados”, los conceptos de administración pública y calidad en sí mismos indican el desarrollo de mejora continua del estado para aumentar la satisfacción de los usuarios, el objetivo es, analizar las dimensiones de calidad en el servicio público del GAD de Mocha y su incidencia en la satisfacción del usuario. La metodología es de tipo exploratoria, también sigue un enfoque cuantitativo porque el uso del cuestionario SERVQUAL proporciona resultados cuantificables, el alcance es descriptivo, porque se encarga de determinar las características de la población que se estudia respecto al tema investigado, la muestra estuvo integrada por 65 empleados y 284 usuarios del GAD de

Mocha. Los resultados revelan que surge una buena opinión de parte de los empleados, que implica una autoevaluación sobre la imagen que proyectan como parte de la entidad pública, la fiabilidad, según los usuarios, contradice la autoevaluación del grupo de empleados de Mocha GAD, pues cuenta con importantes grupos de encuestados que creen que en realidad los funcionarios no están dispuestos a cumplir con los usuarios de la parroquia y rara vez buscan soluciones en el tiempo requerido. Se concluye, que la calidad del servicio debe darse a través de un enfoque de procesos y mejora continuos; porque, las brechas en la insatisfacción de los clientes se deben principalmente a que sienten que no se han cumplido sus expectativas.

**DESCRIPTORES:** *CALIDAD DE SERVICIO, DIMENSIONES DE LA CALIDAD, EMPATÍA, MODELO SERVQUAL, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.*

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Introducción

La calidad de la administración pública promueve una cultura cambiante que impulse la mejora permanente del sector público para que las necesidades y expectativas de los ciudadanos puedan ser satisfechas en tiempo y forma. Los conceptos de administración pública y calidad en sí mismos indican el desarrollo de la mejora continua del estado para aumentar la satisfacción de los residentes y, por lo tanto, la confianza del sector público. El modelo de calidad de servicio SERVQUAL tiene por objeto mejorar la calidad de los servicios que prestan las entidades públicas o privadas, independientemente de la industria en la que operen; el modelo mencionado se puede aplicar al diseño, rediseño o mejora de servicios como resultado del análisis de las dimensiones generales de la calidad, las cuales se clasifican en elementos intangibles y tangibles.

El propósito del estudio es evaluar la calidad identificando los niveles de satisfacción con el servicio público del GAD de Mocha, lo cual se sustenta en el logro de estándares de calidad nacionales e internacionales y básicamente el esfuerzo por mejorar el servicio para cubrir necesidades de los usuarios. Se buscó sistemáticamente información científica a partir de las experiencias de evaluación de la calidad en otros países, con la ayuda de un paradigma crítico proactivo y un enfoque cualitativo–cuantitativo, que utilizó un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL.

El modelo de calidad del servicio SERVQUAL permite una evaluación de puntuación de las observaciones y expectativas de cada característica del servicio. La diferencia entre observación y expectativa indica un déficit de calidad cuando el puntaje de expectativa excede el puntaje de observación. Comprender los conceptos de servicio y calidad del servicio es fundamental para comprender el propósito y las características de los modelos de medición. El servicio al cliente incluye actividades orientadas a tareas, distintas de las ventas proactivas, incluida la interacción con los clientes en

persona, a través de telecomunicaciones o correo. Esta actividad debe planificarse, ejecutarse y comunicarse con dos objetivos en mente: la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

Actualmente la sociedad cada día es más consciente, lo que ha traído oportunidades a las entidades públicas, y debido a la acumulación de esta información, los ciudadanos ya no están satisfechos con servicios que no cumplen con sus expectativas y por ende exigen una mejor calidad en el servicio prestado por las entidades públicas. Por ello, es interesante que las administraciones públicas de todo el mundo busquen, promuevan y mantengan las mejores estrategias para lograr la calidad del servicio. Los estudios de calidad del servicio han aumentado la conciencia de la alta dirección sobre el papel de los servidores públicos tanto en la creación de la satisfacción del usuario como en el restablecimiento de la satisfacción. En los círculos de gestión, la ventaja competitiva inherente que prevalece en un grupo de empleados motivados y dedicados que apoyan la misión de la empresa, entienden cómo su trabajo personal contribuye a la satisfacción del cliente y que tienen las habilidades y herramientas necesarias para estar orientados a la calidad, también es muy importante valorarlo.

## **1.2. Justificación**

Las instituciones públicas y privadas que brindan el servicio garantizan un nivel satisfactorio para el cliente, por lo que la misión de las organizaciones mencionadas se refleja en el logro de resultados positivos. Un cliente es una persona que está motivada por algún interés o necesidad personal y busca que una empresa u organización le proporcione bienes o servicios que satisfagan sus necesidades (Estrada, 2017). Es importante recalcar que para lograr la satisfacción del cliente al momento de recibir un servicio, se debe tomar en cuenta la capacitación y calificación profesional y humana del prestador del servicio, por lo que, si existe eficiencia en la atención al cliente y en la prestación del servicio, se podrá sea que gran parte del objetivo de la institución se materializa entregando el producto del servicio con calidad y calidez.

Actualmente, las instituciones públicas crean políticas que garantizan la prestación de un servicio de alta calidad, al tiempo que realizan planes de mejora en caso de que el

usuario-cliente tenga dificultades para prestar el servicio. Es importante conocer el criterio del cliente a la hora de diseñar estrategias de mejora que eleven la calidad del servicio, más aún cuando se trata del sector público, que está obligado por ley a ofrecer servicios de calidad que garanticen el pleno aprovechamiento de la calidad del servicio para clientes, beneficiarios. Al hablar de la percepción del cliente, Bastos (2016) planteó que la decisión de compra del consumidor está impulsada por la motivación o la necesidad de solucionar un problema, por lo que estos factores son factores que desencadenan la compra.

Es necesario estudiar el comportamiento del consumidor porque el efecto de las motivaciones varía con cada cliente y depende del tipo de servicio o bien que se ofrece, por lo que se debe conocer su comportamiento para personalizar la oferta. Examinar el estándar de calidad como una de las dimensiones de la mejora de los servicios públicos incluye identificar el tipo de prestación de dichos servicios que realizan las instituciones gubernamentales. Al mismo tiempo, el mercado de servicios se ve afectado por políticas gubernamentales, los cambios sociales, las tendencias comerciales, el desarrollo de las tecnologías de la información y la globalización (Lovelock y Wirtz, 2009). De acuerdo con la constitución, las instituciones estatales se convierten en unidades productoras de servicios, lo que hace obligatorio el cumplimiento de la calidad del servicio.

La satisfacción del cliente en base al mencionado índice se calcula como un promedio ponderado de una serie de encuestas que miden diferentes aspectos de la satisfacción con un servicio o producto. En cuanto a las expectativas, son medidas por las cuales el cliente espera recibir la calidad del producto o servicio, es decir, la experiencia previa. Por otro lado, la calidad percibida es una valoración del cliente basada en el consumo reciente y es el grado de satisfacción de las necesidades individuales del comensal (American Customer Satisfaction Index, 2017).

El modelo SERVQUAL se utiliza para medir la calidad del servicio, que ha sido considerada en la actualidad el factor diferenciador más importante en todas las industrias, pues la búsqueda de estrategias competitivas se ha convertido en una de las prioridades de esta gestión (Mejía et al. 2018). El método mencionado se basa en el

punto de vista del cliente al momento de evaluar el servicio recibido. El denominado modelo de Calidad del Servicio o SERVQUAL y el modelo más utilizado en la Academia hasta el momento, permite cuantificar la calidad del servicio entre expectativas y percepciones mediante dimensiones dependientes del servicio o del cliente (Duque Oliva, 2016).

A nivel nacional, se realizaron y analizaron encuestas relacionadas con este proyecto para construir una base teórica. En primer lugar, se revisó el siguiente artículo: “Diagnóstico de la calidad de servicio en la atención al cliente, Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador” (Salazar y Cabrera, 2016). Realizó una evaluación de la calidad del servicio a nivel general y utilizó el modelo SERVQUAL por palabras, obteniendo así información que enriqueció la investigación y permitió una mejor comprensión del modelo. .

Desde un punto de vista pragmático, el modelo SERVQUAL consta de cinco dimensiones para medir la calidad del servicio:

- **Confianza o empatía:** señal de interés y atención individual que las empresas ofrecen a sus clientes.
- **Confiabilidad:** la capacidad de realizar el servicio de manera confiable y cuidadosa.
- **Responsabilidad:** seguridad, conocimiento y cuidado de los empleados y su capacidad para inspirar credibilidad y confianza.
- **Capacidad de respuesta:** voluntad de ayudar a clientes y brindar un servicio rápido.
- **Tangibilidad:** la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

En el entorno en que se vive, la calidad se ha convertido en un aspecto esencial en las empresas, especialmente en las de servicios. Para tener un lugar en el mercado y obtener una ventaja competitiva, las empresas deben ofrecer productos y servicios de calidad. Hoy en día, los consumidores son más exigentes en este sentido, y para cumplir con sus expectativas es muy importante saber qué es lo que quieren y qué nivel de calidad se les ofrece.



Si las empresas saben lo que los clientes necesitan y quieren, se crean productos y servicios de alta calidad y valor. La calidad del servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas con sus observaciones. En otras palabras, la calidad se mide por la diferencia entre el servicio que espera el cliente y el servicio que recibe de la empresa.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Analizar las dimensiones de calidad en el servicio público del GAD de Mocha y su incidencia en la satisfacción del usuario.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Establecer las dimensiones de calidad de servicio que apoyan el estudio teórico de la municipalidad de Mocha.
- Definir factores de satisfacción del usuario en base a las dimensiones de la calidad de servicio público.
- Determinar la relación existente entre el personal del GAD Mocha y la satisfacción del usuario.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes investigativos

El modelo SERVQUAL para la calidad de servicio fue diseñado por Parasuraman (1985) en el año de 1988, surge del propósito de evaluar la calidad y ser una herramienta de mejoramiento de la calidad en el servicio ofertada por una organización o empresa. Según Alonso y Provedo (2020) se maneja a través de la resolución de un cuestionario estándar, mismo que ayuda a la evaluación de la calidad de servicio, esto se logra a través de tomar en cuenta las cinco dimensiones definidas para evaluar, mismas que son: fiabilidad, seguridad, empatía, capacidad de respuesta y elementos tangibles. Está conformado por una escala de respuesta simultánea elaborada para la comprensión de las perspectivas que poseen los clientes con lo que tiene que ver al servicio. Además con este modelo no solamente es posible realizar la evaluación si no también es una herramienta que ayuda a proponer mejoras y a su vez sirve como un informe comparativo con otras organizaciones.

Del mismo modo, Becerra et al. (2019), manifiestan que antes de finalizar su carrera en marketing en su trabajo de investigación “El modelo SERVQUAL como estrategia para medir el nivel de servicio al cliente en la empresa Grupo Imexa Sucursal Ambato” presenta en su investigación la aplicación del modelo SERVQUAL, para poder evaluar el nivel de calidad de los servicios en Grupo Imexa, empresa enfocada en la producción de servicios de logística internacional, que actualmente opera como una sucursal en la ciudad de Ambato. Es importante resaltar que esta investigación tiene un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo-exploratorio, en la recolección de datos se tuvo en cuenta veinte clientes actuales utilizando el instrumento de evaluación creado por el modelo SERVQUAL. Como resultado de la investigación se aplicó el modelo SERVQUAL, el índice de calidad de servicio de la empresa Imexa obtuvo un resultado de -0.46, lo que se considera una reducción entre las observaciones y las expectativas. La recomendación dada a la empresa Imexa fue crear un manual de mantenimiento

que permita la mejora continua de los procesos de atención al cliente, cuyo objetivo es cumplir con las expectativas entre la empresa y el cliente.

Así mismo, Ahuja et al. (2020), en su artículo académico previo a obtener el título de ingenieras en marketing y gestión de negocios “Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL” tiene como finalidad descubrir cuál es el nivel de satisfacción que tiene los clientes de la Aseguradora “Brókers”, la cual pretende medir la calidad de respuesta que tiene la empresa con el propósito de hacer una comparación entre las expectativas y percepciones del servicio que recibieron los clientes mediante la aplicación del modelo SERVQUAL, dicha empresa antes mencionada se dedica a la comercialización de seguros vehiculares que tiene por objetivo salvaguardar la vida, esta empresa se encuentra presente en la provincia de Tungurahua. Los resultados que se obtuvieron de la investigación permiten tener una visión más clara de los factores que determinan la satisfacción de los clientes, orientada en el cumplimiento de especificaciones para llegar a tener un servicio de calidad. La investigación propone realizar una reestructura de la relación existente del modelo SERVQUAL para fortalecer el servicio que brinda la empresa y que este eficiente.

Por otro lado, los autores Luna y Villalba (2018) antes de recibir el título de ingeniero en marketing y gestión empresarial “Calidad del Servicio de las Cooperativas de Ahorro y Crédito a través del Modelo SERVQUAL” dijeron que el trabajo de investigación se centró en realizar un análisis de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco, que es una institución financiera. Se realizó un análisis integral del entorno externo e interno con el fin de implementar estrategias que permitan un mayor crecimiento a clientes y socios con la ayuda del modelo SERVQUAL que mejora la calidad de los servicios. Se utilizó como herramienta de recolección de datos una encuesta, la cual se aplicó a los clientes y socios de la Cooperativa. Se consideraron aspectos importantes como las expectativas (fiabilidad) y las percepciones (empatía) con el objetivo de abordar las deficiencias y mejorarlas. De la mencionada investigación se desprende que existe una deficiencia en la aplicación del manual de calidad de servicio, por lo que se han tomado medidas correctivas para mejorar los puntos débiles de la institución financiera, lo cual se hizo gracias a la aplicación del modelo SERVQUAL.

Asimismo, Barquero (2017) en su tesis sobre la pequeña y mediana empresa, menciona al sector financiero “El modelo SERVQUAL y su impacto en la satisfacción laboral de la Universidad Nacional de Economía de Chimborazo en la temporada 2014”, dijo que el trabajo se centra en la evaluación de la calidad del servicio, a partir de la aplicación del modelo SERVQUAL, mediante la realización de un análisis entre percepciones y expectativas sobre el servicio. El trabajo está dividido en cinco capítulos, el primero de los cuales está claramente basado en un marco teórico, el segundo capítulo presenta las metodologías utilizadas para realizar la investigación, el tercer capítulo presenta los lineamientos y puntos principales de la propuesta, el cuarto capítulo presenta los resultados de la investigación, y finalmente, el capítulo quinto contiene las conclusiones y recomendaciones del trabajo final de investigación.

Por su parte, Cruz (2017) en su investigación “Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio en el Banco de Crédito – Agencia Pedro Ruíz de la Ciudad de Chiclayo”. El objetivo del trabajo de investigación es aplicar y calcular la calidad de los servicios, lo que permitió recabar información sobre las debilidades y diferencias en el servicio brindado por los clientes de la mencionada institución financiera. El tipo de investigación que se presenta en este estudio es descriptivo, donde se investiga la calidad del servicio y se identifican errores para poder implementar medidas correctivas basadas en las necesidades y expectativas del cliente. Finalmente hay que tener en cuenta que el diseño de este estudio no fue experimental, las variables se analizaron sin manipularlas y tomando en cuenta el servicio efectivamente brindado por la institución financiera. Los resultados arrojaron que la variable percepción es 66% aceptable, la dimensión confiabilidad y responsabilidad tiene un valor de  $-1.23$ , la dimensión seguridad tiene un valor de  $-1.15$ , la dimensión empatía tiene un valor de  $-1.24$  y finalmente la dimensión sensibilidad tiene un valor de  $-1.23$ , con un resultado  $-1.67$ . Estos resultados permitieron en el estudio que el Banco de Crédito en la agencia Pedro Ruíz de Chiclayo pueda presentar una propuesta para posicionar la imagen de la institución financiera para que sea considerada más confiable y segura.

Según Alvarado y Moreno (2017) la calidad del servicio se ha constituido en una obligatoriedad dentro de la banca y actualmente ya no es una opción, con la

globalización cada vez más acelerada y las continuas exigencias, las empresas han debido incursionar por la tecnología, con el compromiso de generar confianza y satisfacción, sobre todo sustentada en seguridad y rapidez. Costumero (2018) considera que la competitividad está totalmente relacionada con el servicio, considerada una variable crítica por el impacto que genera en el mercado, la implementación del valor agregado y la diferenciación son elementos que permiten la creación de estrategias de vinculación entre la organización y sociedad, a través de la optimización de los recursos. Atuesta et al. (2018), mencionan que la inserción y la permanencia de la empresa en un mundo globalizado requiere de un continuo y profundo progreso por las acciones efectivas que ésta emprenda, por ello la competencia ya no consiste únicamente en saber que productos o servicios tienen los rivales sino como los ofrece, para promocionar servicios superiores a los que se ofertan actualmente, alcanzando mayores niveles de competitividad.

Bajo este criterio, Castillo (2017) menciona que una de las herramientas claves que describen la sostenibilidad de la empresa es el proceso que se mantiene con el cliente desde el primer contacto y la forma de responder a sus requerimientos. La investigación de esta herramienta abarca atributos como precio, calidad, accesibilidad, seguridad, confianza, etc. factores que reflejan al cliente para cerrar relaciones de largo plazo. En el trabajo investigado de González (2014), se describe el proceso de evaluación y avance de la calidad del servicio a través de un enfoque de procesos y mejora continua; las brechas en la insatisfacción de los clientes se deben principalmente a que sienten que no se han cumplido sus expectativas; elementos identificados en estas brechas son características esenciales que deben fortalecerse para diferenciarse de la competencia. Álvarez y Sánchez (2022) plantean que la calidad abarca cualidades tangibles e intangibles, por lo que la atención al cliente debe tener una visión integral; el objetivo es reducir el porcentaje de reclamos y reclamaciones, eventualmente todo lo perteneciente a la empresa bancaria se acaba o se complementa con el buen servicio que brinda; La calidad del servicio conforma una cultura organizacional que abarca a todo el personal desde el área operativa hasta los niveles jerárquicos de la alta dirección, formando un lenguaje unificado.

## 2.2. Fundamentación científica

### 2.2.1. Dimensiones de calidad de servicio

La satisfacción al cliente puede ser estudiada desde dos macro enfoques: o bien desde una perspectiva acumulativa, o desde una perspectiva de una venta o transacción puntual, el enfoque particular que mayores estudios ha generado (Aponte, 2018). Las investigaciones más recientes van en la línea de la convergencia de los dos enfoques, esto dado que desde la visión de la planificación estratégica esta exige un enfoque de largo plazo, sin descuidar cada una de las experiencias específicas que se dan en torno a una transacción desde el punto de vista del cliente o usuario. Para medir la satisfacción, el instrumento que más se ha utilizado por el marketing ha sido la encuesta Borbón y Arvizu (2017), dentro de la cual Anaya y Saldaña (2017) consideran que las dimensiones fundamentales a integrar en ella son:

- **Confianza:** en esta dimensión se evidencian dificultades debido a su polisemia y a la falta de consenso en cuanto a su significado para el ámbito del marketing. Para autores como Barón y Salamanca (2018) entienden la confianza como la disposición a evaluar de manera positiva y/o recomendar a otra parte, además esperan una retroalimentación. En contraste, Ascencio y Navarro (2018) exponen que la confianza es el conjunto de percepciones y creencias sobre el actuar futuro de una o varias organizaciones.
- **Lealtad:** es un elemento central dentro del estudio de la satisfacción del cliente, esto porque en sí representa el engrosamiento de un vínculo que aumenta las posibilidades de futuras ventas. Además, el crecimiento de los mercados y la competencia ha redundado en un mayor abanico de sectores de compra para los clientes, lo que puede derivar en la pérdida de ventas. Rojas et al. (2020), plantean que hay una relación central entre la satisfacción de los clientes y su lealtad, considerándose usualmente en la literatura que esta última es consecuencia de la satisfacción. Pero, hay evidencia de que, a pesar de que exista satisfacción, los clientes eligen otras empresas.
- **Calidad del vínculo:** de igual manera que las anteriores, para Díaz et al. (2019), el tipo de vínculo que se establece entre los consumidores y las empresas es central

para estudiar la satisfacción. Esto porque es parte de lo que la compone, abarca temas como el compromiso, las normas de cooperación, el conflicto, entre otras.

De manera similar, Matsumoto (2019) manifiesta que se puede utilizar un instrumento basado en el modelo SERVQUAL, que se publicó por primera vez en 1988 pero ha cambiado ya que ha sido actualizado varias veces y se ha utilizado para medir la calidad y satisfacción del servicio al usuario de organizaciones públicas y privadas. Cabe mencionar que las empresas han adaptado este modelo según sus necesidades, por lo que las dimensiones que utilizan dependen de lo que quieren saber, es decir, algunas suman factores a los existentes.

El modelo SERVQUAL se basa según Escudero (2020) en la evaluación de la calidad del servicio por parte del cliente, donde la calidad es la diferencia entre las expectativas y percepciones del cliente. De esta forma, un equilibrio favorable para que las percepciones superen las expectativas implicaría una alta calidad percibida del servicio y una alta satisfacción con el mismo. Entonces esta herramienta ayuda a medir la calidad del servicio, las perspectivas de los clientes y cómo lo valoran, esto ayuda en el análisis cuantitativo y cualitativo de los usuarios, donde se toma en cuenta la opinión, comentario o sugerencia. Las dimensiones o factores pueden ser los siguientes:

- **Elementos tangibles:** representa el criterio de apariencia física, como instalaciones, ambiente, herramientas, señales, división del espacio y lugares cómodos para los usuarios o clientes (Fourie, 2018).
- **Disponibilidad:** se refiere a la forma que tiene la empresa de ayudar o resolver los problemas de los clientes de manera oportuna, inmediata y eficiente, respetando el orden y utilizando herramientas de servicio adecuadas (Guzmán & Cárcamo, 2019).
- **Empatía:** es la atención personalizada que las organizaciones brindan a sus clientes con un servicio oportuno (Matsumoto, 2019).
- **Conocimiento:** capacidad de implementar un servicio de manera confiable y de acuerdo con cómo la empresa satisface las necesidades de los clientes, donde los socios realizan tareas o tareas (Grönroos, 1984).
- **Tiempo:** se refiere a cumplir los tiempos de servicio, brindar un servicio oportuno y cumplir oportunamente los compromisos (Hurtado, 2018).

- **Tecnología:** se refiere a la disponibilidad de herramientas técnicas para brindar una atención efectiva (Aponte, 2018).
- **Comunicación:** es una forma de mantener informados a los clientes mediante el uso de un lenguaje comprensible (Barquero, 2017).
- **Servicios tras finalizar el trámite:** permite continuar con los clientes una vez finalizado el proceso de atención (Castillo, 2017).

Así, la satisfacción se convierte en un indicador de la intención de compra, hecho que empodera a una organización para tomar acciones que la ayuden a crecer, innovar y ampliar su alcance en el mercado. De esta manera se genera un crecimiento importante, que ayuda a desarrollar nuevos productos para fortalecer su imagen, atraer nuevos clientes, lo que lleva a ampliar su participación en el área corporativa e institucional. Como se desprende de las definiciones presentadas por los autores, se concluye que el principal beneficio que recibe la empresa cuando el cliente está satisfecho con los bienes o servicios es la formación de una relación de confianza dirigida en la que el usuario adquiere un hábito para comprar el producto repetidamente. En este sentido, la calidad juega un papel fundamental, pues al lograr la fidelidad la empresa gana en competitividad, posicionamiento y rentabilidad, que garantizan su funcionamiento y el trabajo de sus socios y empleados.

### **2.2.2. Satisfacción del usuario**

Una de las estrategias actuales para reducir la desigualdad en la sociedad ha sido el desarrollo de estrategias que mejoren la calidad de los servicios de salud. El concepto de calidad de la salud es general, abstracto y de naturaleza objetiva y subjetiva. Se explica por varias dimensiones, que están influenciadas por el proceso cultural y los actores de poder. Heizer y Render (2019) definen la calidad de la salud como la capacidad de los servicios de salud para proporcionar el mayor beneficio y el menor riesgo al usuario en función de los recursos disponibles y los valores sociales prevalecientes. Inicialmente, las encuestas de satisfacción de los usuarios solo evaluaban las características de los productos como su característica principal y medían el retorno de la inversión en función de cómo afecta la salud de los usuarios que utilizan los servicios.



Según Monroy y Urcádiz (2019) la satisfacción se considera el resultado de un proceso de información cognitiva que transmite las expectativas y (percepciones) de los usuarios sobre lo que brindan los servicios de salud. En este sentido, la calidad de la atención brindada por una institución de salud se refleja en las características del proceso de atención: relaciones interpersonales, contenido de la consulta, duración, medidas de examen clínico y diagnóstico; en función de sus características de salud, físicas, humanas y de estructura organizacional y condiciones de accesibilidad.

Básicamente, la satisfacción de los usuarios se refleja cuando sus expectativas fueron cubiertas o superadas por la prestación de los servicios de salud. En este sentido, Neill y Cortez (2021) la calidad es la capacidad de satisfacer plenamente las expectativas de los usuarios. La satisfacción del usuario es un indicador básico de la calidad de la asistencia sanitaria. Para ello existe el instrumento SERVQUAL, que mide objetivamente la calidad de la atención en los servicios de salud según la satisfacción de los usuarios. La información obtenida con esta herramienta permite dar respuesta a la demanda de las instituciones prestadoras del servicio.

### **2.2.3. Beneficios de la satisfacción del usuario**

La satisfacción de los usuarios o clientes a la hora de realizar una transacción tiene enormes ventajas para las empresas. Ordóñez et al. (2020), afirman que en las relaciones entre clientes y empresas surgen una serie de beneficios mutuos. La satisfacción es uno de los factores que determinan la fidelidad del cliente y, por tanto, una posible previsión de las ventas futuras de las empresas. De esta forma, gran parte del trabajo de marketing se centra en determinar las formas en que se puede crear un vínculo duradero entre el cliente y la empresa para asegurar ingresos futuros.

Por su parte Quesada y Medina (2020), señala que parte de los beneficios de la satisfacción del cliente es que forma una relación de largo plazo con la empresa, lo que significa que continúa consumiendo o adquiriendo bienes y servicios. Lograr este tipo de consumidor garantiza la rentabilidad de la empresa, ofreciendo productos y servicios que cumplan con los estándares de calidad esperados, cuanto mayor sea el

nivel de la empresa en el cumplimiento de su misión y objetivos, el porcentaje de clientes o usuarios que formen una opinión positiva de la marca.

Por esta razón, las empresas deben prestar mucha atención a sus procesos de control de calidad para garantizar que se implementen acciones correctivas de manera oportuna para llevar al mercado servicios y bienes que satisfagan efectivamente las necesidades, requisitos y expectativas de los clientes. . Este es un paso fundamental para consolidar una presencia estable en el mercado, que permita su crecimiento económico y también de imagen, hay que tener en cuenta que en este escenario el talento humano juega un papel clave, pues la correcta implementación de cada uno de los procesos y actividades.

#### **2.2.4. Relación satisfacción y calidad**

La satisfacción del cliente está directamente relacionada con la calidad de los productos. Para comprender y lograr esta correlación, es necesario definir ciertas preguntas clave sobre lo que constituye una buena presencia. Desde el punto de vista de Irabedra (2019) las empresas tienen ahora una obligación cada vez mayor de ofrecer bienes, incluso si el producto comercializado es un artículo tangible. Kotler y Armstrong (2012) esto se debe a que la demanda de los consumidores aumenta cada día y las empresas necesitan brindar una experiencia completa. Desde una perspectiva de marketing, Stafford (1996) el servicio ofrecido por las organizaciones es uno de los factores más importantes que valoran los clientes a la hora de expresar su valoración.

En cuyo caso, Usman y Shafiq (2022) afirma en su trabajo que la satisfacción del cliente significa que volverá a comprar el producto en el futuro. Así, como afirman Velasco (2020) la satisfacción del cliente puede convertirse en un muy buen indicador del desempeño futuro de las ventas de una empresa. En este sentido y a partir de las sugerencias de los autores, se ha establecido que la satisfacción y la calidad son dos elementos estrechamente relacionados.

En este orden de ideas Ybarreche (2021) afirma en su trabajo que la satisfacción del cliente significa que volverá a comprar el producto en el futuro. Así, como afirman

Valenzuela y Buentello (2022), la satisfacción del cliente puede convertirse en un muy buen indicador del desempeño futuro de las ventas de una empresa. En este sentido y a partir de las sugerencias de los autores, se ha establecido que la satisfacción y la calidad son dos elementos estrechamente relacionados.

Finalmente Zhang y Hou (2018) los consumidores invierten su dinero en la compra de un bien o servicio que refleje sus expectativas de lo que quieren lograr. Respondiendo a los deseos de los clientes, las empresas pueden retenerlos, crear una visión de conformidad en el mercado, posicionarse en el mercado, competitividad y rentabilidad positiva.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### **3.1. Tipo de investigación**

Uno de los principales objetivos de la investigación es utilizar el tipo exploratoria porque analiza el problema o fenómeno porque ha sido muy poco estudiado y por ello existen diversas dudas sobre el proceso de su desarrollo, además de identificar este tipo de conceptos referentes a las dimensiones del modelo SERVQUAL. Además, la investigación logra crear una base para realizar investigaciones más detalladas y extensas en el futuro, que beneficiarán a futuros investigadores, otro objetivo del estudio es buscar la información y mostrarla desde una perspectiva innovadora.

Así, el tipo de investigación exploratoria también es uno de los más adecuados para este estudio; dado que el propósito de la investigación es demostrar si el nivel de servicio al cliente que brinda el GAD del cantón Mocha es adecuado y se sabe que no se ha realizado ninguna investigación sobre este tema antes en dicha empresa, por lo que esta investigación ayuda a futuras investigaciones.

La investigación exploratoria es la que analiza un problema que no está claramente definido, por lo que para Sampedro (2018) se hace para comprenderlo mejor, pero sin resultados definitivos; aunque la investigación exploratoria es una técnica muy flexible en comparación con otros tipos de investigación, requiere que el investigador esté dispuesto a asumir riesgos, que sea paciente y receptivo. Suele realizarse cuando el problema se encuentra en la fase inicial. A menudo se le llama teoría fundamentada o investigación interpretativa porque se utiliza para responder las preguntas de qué, por qué y cómo.

#### **3.1.1. Enfoque de investigación**

Un enfoque cuantitativo de este trabajo se concreta a un estudio general del comportamiento de los usuarios del GAD Municipal de Mocha, con el propósito de

verificar el manejo de las dimensiones del modelo SERVQUAL en la gestión de la calidad del servicio público en los gobiernos autónomos descentralizados, el cual viene dado, además por la naturaleza de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, es decir el manejo de datos medibles, calculables, cuantificables, tabúlales y verificables, dentro de una muestra de individuos que se ajusta a las necesidades de investigación.

El enfoque cuantitativo según Fernández (2018) se refiere a un estudio general del comportamiento de un determinado grupo de personas sobre un tema determinado desde el punto de vista de un investigador, cuya tarea es utilizar las herramientas necesarias para recopilar datos y, en base a ellos, formular teorías, que permitan extraer conclusiones, análisis y, a su vez, obtener un resultado numérico. Es fundamental que el investigador utilice técnicas adecuadas en función de las características del escenario en el que se va a realizar la investigación, como el comportamiento de las personas, el tiempo que lleva y los recursos necesarios para realizar investigaciones.

De acuerdo con Herrera (2021) el enfoque cuantitativo se basa en la recopilación de datos estadísticos, los cuales se obtienen mediante el uso de herramientas de investigación como cuestionarios, encuestas y luego se procesan en un software que permite la manipulación de datos numéricos para analizar y verificar la hipótesis. La investigación cuantitativa es un método excelente para obtener resultados y probar o refutar una hipótesis, cuya estructura y procedimiento de investigación son aplicables en muchos campos y disciplinas.

### **3.1.2. Alcance de investigación**

El alcance de la investigación es descriptiva porque se encarga de determinar las características de la población que se estudia respecto al tema investigado. Esta metodología se centra más en el objeto investigado que en el por qué. Es decir, pretende describir la naturaleza de un segmento demográfico sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, describe el tema de investigación sin cubrir por qué sucede.

Luego, Palella Martins (2019) manifiestan que el estudio revela detalles de cuáles son los hábitos de diversos usuarios en sus respectivos contextos, pero no cubre los detalles de por qué se han obtenido estos comportamientos, ya que comprender la naturaleza del entorno ropa dirigida al objetivo del estudio. Por lo tanto, la investigación descriptiva se refiere al estudio relacionado con el tema, la creación de preguntas y el análisis de datos. Se le conoce como método de investigación observacional porque ninguna de las variables incluidas en el estudio se ve afectada.

### **3.2. Población o muestra**

El presente trabajo de investigación se lo efectuará en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha, Calle Alonso Ruiz 1-40 y Avenida El Rey. De acuerdo a la Ley el Tribunal Supremo Electoral, llama a elecciones del flamante cantón Mocha el 13 de mayo de 1986, en donde son elegidos como concejales los señores: señora Yolanda Beltrán, señor Oscar Cerda, Lic. Mario Molina, señor Guillermo Ortiz, señor Gustavo Padilla, Lcdo. Efraín Paucar y señor Orlando Pérez.

La primera sesión inaugural se realizó el 8 de noviembre de 1986, en donde se elige a su primer presidente del Concejo al señor Orlando Pérez y como Vice – presidente el señor Guillermo Ortiz. En la actualidad la municipalidad del cantón Mocha está integrada por un alcalde y cinco concejales.

#### **3.2.1. Población**

La población está representada por el número total del grupo seleccionado, el cual forma parte del problema a resolver por la investigación, por lo que es necesario seleccionar un grupo seleccionado para el desarrollo de este proyecto, a las personas a quienes se les aplicaría la herramienta de recolección de datos, dicha población está conformada por el listado de 400 usuarios del GAD Municipal de Mocha.

Una población de estudio de acuerdo con Jervis (2020) suele ser una gran colección de individuos u objetos que son el foco principal de la investigación científica. La investigación se realiza en beneficio de la población. Sin embargo, debido al gran

tamaño de las poblaciones, los investigadores a menudo no pueden realizar pruebas a todos los individuos de la población porque es costoso y requiere mucho tiempo. Por eso los investigadores confían en técnicas de muestreo. Una población de investigación también se conoce como una colección bien definida de individuos u objetos con características similares. Todas las personas u objetos de una población determinada suelen tener alguna característica o rasgo en común.

### 3.2.2. Muestra

Una muestra es un grupo selecto a partir de la población por lo que para Horsford y Bayarre (2016), la muestra es un subgrupo o un subconjunto al cual se le aplicara la muestra en función a los objetivos que el investigador posea, es de quien se obtendrá datos para la solución de una problemática. Dicho esto para la presente investigación se analizó que no existe la necesidad de crear una muestra puesto que el grupo de población es muy pequeño y se efectuara el cuestionario a toda la población; equivalente a los 284 usuarios y 65 empleados del GAD Municipal de Mocha, dando un total de 349 unidades de observación.

La selección de la muestra de empleados obedeció a motivos por conveniencia, lo que implica que los usuarios comparten características similares, tienen su domicilio en el cantón y se dispone de información personal para tomar contacto con ellos. En todo caso, el investigador toma contacto con ellos también por su proximidad y su disponibilidad de participar en el estudio en igualdad de condiciones, lo que conlleva a aprovechar sus ventajas al obtener información en corto tiempo. La muestra estadística para usuarios, queda integrada con la aplicación la siguiente fórmula:

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

En donde:

n: es el tamaño de la muestra

N: corresponde a la población total = 102

E: margen de error = 5% → 0,05

$$n = \frac{400}{(0,05)^2(400) + 1}$$

$$n = \frac{3900}{0,0025(400) + 1}$$

$$n = \frac{400}{0,41 + 1}$$

$$n = \frac{400}{1,41}$$

$$n = 283,68$$

$$n = 284$$

*Tabla 1. Muestra*

<b>Unidades de observación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Usuarios	284	82%
Empleados	65	18%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Muestra calculada de usuarios GAD Municipal de Mocha – Miranda (2023)

Según López y Fachelli (2018) las empresas utilizan el muestreo de conveniencia para recopilar información sobre problemas críticos que deben abordarse casi de inmediato, o cuando una marca recopila información sobre una característica o producto específico recién lanzado. En las primeras etapas de la investigación, los investigadores suelen preferir utilizar el muestreo por conveniencia porque este método es más rápido y más fácil de obtener resultados. Aunque muchos evitan adoptar esta técnica, el muestreo por conveniencia es clave en situaciones en las que un investigador quiere obtener información en menos tiempo y sin invertir demasiado dinero.

### **3.3. Prueba de hipótesis**

Para el desarrollo de la hipótesis de investigación se empieza con la formulación de la interrogante descrita en el problema de la investigación y es de ahí de donde parte la realización de la hipótesis. ¿En qué condiciones se encuentra el nivel de la calidad de servicio en la Atención al Cliente dentro del GAD Municipal de Mocha? El manejo de



las dimensiones del modelo SERVQUAL para la gestión de la calidad del servicio público en los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

**Hipótesis alternativa H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha.

**Hipótesis nula H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención al cliente del GAD Municipal de Mocha.

Una hipótesis puede definirse como una predicción o explicación preliminar, siempre que no se compare con la relación entre dos o más variables. Por lo tanto, según Martín (2017) la pregunta del problema precede a la respuesta de la hipótesis, que a su vez se deriva de los objetivos del estudio. Como formulación evocadora de una relación hipotética, una hipótesis puede expresarse en forma de proposición, conjetura, conjetura, idea o argumento que se acepta provisionalmente para explicar ciertos hechos. Está claro que el carácter preliminar, aunque informado, de la hipótesis sitúa su investigación (hipótesis a priori) al inicio de la fase de diseño y lógicamente antes de la recogida y análisis de datos.

### **3.4. Recolección de información**

Al respecto, Monroy y Gómez (2016) afirma que la recolección de información se realiza de forma directa, porque este tipo de investigación está más enfocada a las empresas, porque se tiene acceso a datos primarios, es decir, se pueden mostrar datos en el estado natural de su entorno, por lo que se realiza de forma directa, ya que no existen intermediarios, lo que permite que la investigación tenga una conexión directa con los evaluados y los clientes.

Dentro del modelo SERVQUAL existen diferentes dimensiones que califican factores que influyen en la calidad de un servicio prestado por parte de una empresa o entidad. La primera dimensión por evaluar es la Tangibilidad, misma dimensión posee 4 ítems de preguntas. Para este estudio, los datos son recopilados en el GAD Municipal de Mocha, con la ayuda de encuestas dirigidas a los empleados y usuarios en el cantón, las cuales sirven para tomar decisiones correctivas dentro de la empresa pública para

mejorar la calidad de servicios. Así, es que para la presente investigación se requiere de técnicas e instrumentos que se detallan a continuación.

#### **3.4.1. Técnica de recolección de información**

Cabe destacar que Muguirra (2022) muestran que una técnica de investigación cuantitativa recopila y analiza información sobre una variable específica, es decir, estudia la relación entre variables cuantificadas. Esta técnica de investigación cuantitativa intenta determinar la fuerza de la correlación entre variables utilizando una muestra para explicar por qué las cosas suceden o no de cierta manera.

La técnica utilizada en este trabajo de investigación es la encuesta, cuya finalidad es medir los datos obtenidos al momento de la aplicación de las encuestas correspondientes al modelo SERVQUAL, los cuales son analizados e interpretados para identificar su nivel de calidad de servicios en el GAD Municipal de Mocha, el propósito es captar el nivel de satisfacción de usuarios y empleados en calidad de servidores públicos.

#### **3.4.2. Instrumento de recolección de información**

El instrumento de investigación, Para Fernández (2018), son un recurso o una herramienta que permite extraer información, el investigador puede utilizar la información recopilada para abordar problemas y fenómenos a evaluar. El cuestionario SERVQUAL aborda cinco dimensiones diferentes, compuestas por veintidós ítems, que permite recoger información en función de las expectativas y percepciones de los clientes. A partir de la información recopilada es posible identificar en qué nivel ha sido establecida la calidad de los servicios en el GAD Municipal de Mocha.

El cuestionario SERVQUAL (anexo 1 y 2) fue adecuadamente diseñado por Parasuraman es un recurso o herramienta con un enfoque multidimensional que por su validez y confiabilidad es la más aceptada para medir la calidad de los servicios de una empresa. A través del análisis de Tamayo (2021), la herramienta de Alfa de Cronbach ayuda a potenciar los resultados obtenidos a través de la investigación aplicada.

*Tabla 2. Nivel de confiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,866	22

**Nota:** Resultado de la confiabilidad del cuestionario SERVQUAL – Miranda (2023)

*Tabla 3. Resumen del procesamiento de datos*

	N	%
Casos	Válido	284
	Excluido <sup>a</sup>	0
	<b>Total</b>	<b>284</b>

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

**Nota:** Resumen del procedimiento de datos del cuestionario SERVQUAL – Miranda (2023)

Lo datos de confiabilidad obtenidos en al Alfa de Cronbach, conducen a considerar que el instrumento es adecuado para aplicarlo con la muestra seleccionada para evaluar la calidad de los servicios en el GAD Municipal de Mocha, con usuarios y empleados de dicha dependencia pública.

### **3.5. Procesamiento de la información y análisis estadístico**

Se procede a detallar el proceso por el cual pasan los datos recolectados como es el análisis y la interpretación de datos por lo que mediante la ayuda de las diferentes herramientas tecnológicas este proceso se muestra más concreto y específico. De esta manera, el proceso a seguir es el siguiente:

- Enviar encuestas a través de Google Forms.
- Recopilar y clasificar los resultados de encuestas.
- Importar las respuestas obtenidas a un programa de análisis de datos.
- Representar gráficamente los datos por cada pregunta.
- Realizar un análisis e interpretación individual.
- Presentar los resultados y conclusiones correspondientes.

Después de haber establecido la población de estudio y crear el instrumento de recolección de datos se procede aplicar la encuesta al listado de 284 personas que conforman los usuarios actuales y 25 empleados del GAD Municipal de Mocha. Lo que se espera son respuestas adecuadas, sinceras y directas de la muestra de estudio que permitan explicar las razones que forman parte de proceso de análisis.

## CAPÍTULO IV

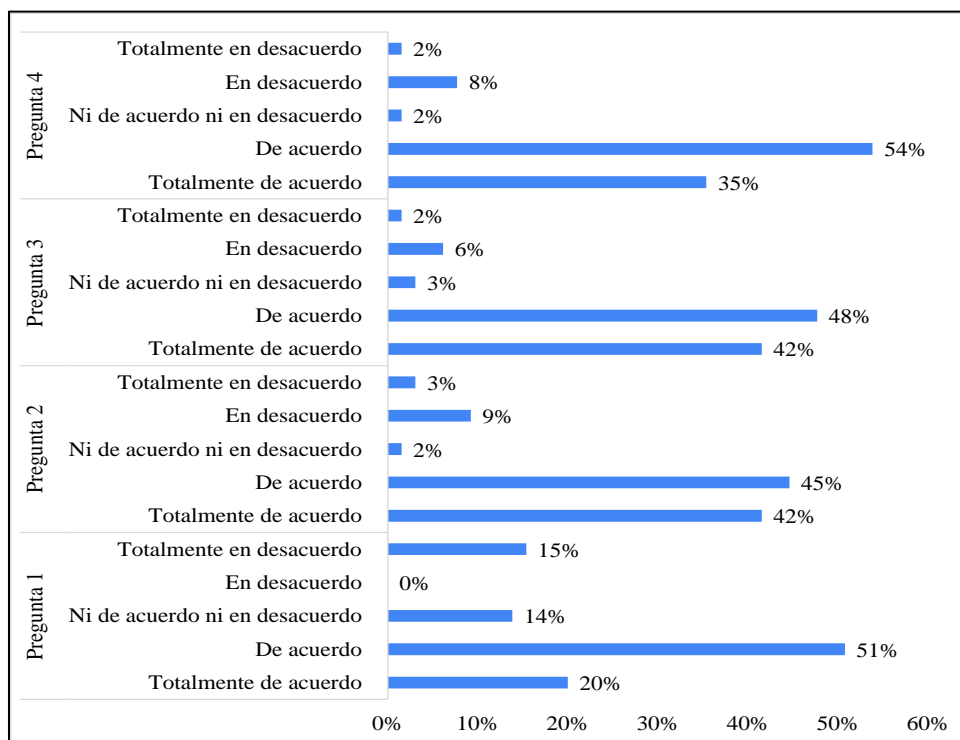
### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Resultados de la encuesta a empleados

*Tabla 4. Tangibilidad*

Pregunta	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pregunta 1	Totalmente de acuerdo	13	20%
	De acuerdo	33	51%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	14%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	10	15%
Pregunta 2	Totalmente de acuerdo	27	42%
	De acuerdo	29	45%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	6	9%
	Totalmente en desacuerdo	2	3%
Pregunta 3	Totalmente de acuerdo	27	42%
	De acuerdo	31	48%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3%
	En desacuerdo	4	6%
	Totalmente en desacuerdo	1	2%
Pregunta 4	Totalmente de acuerdo	23	35%
	De acuerdo	35	54%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	5	8%
	Totalmente en desacuerdo	1	2%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a empleados, en las preguntas del 1 al 4 – Miranda (2023)



*Gráfico 1. Tangibilidad*

## Análisis e interpretación

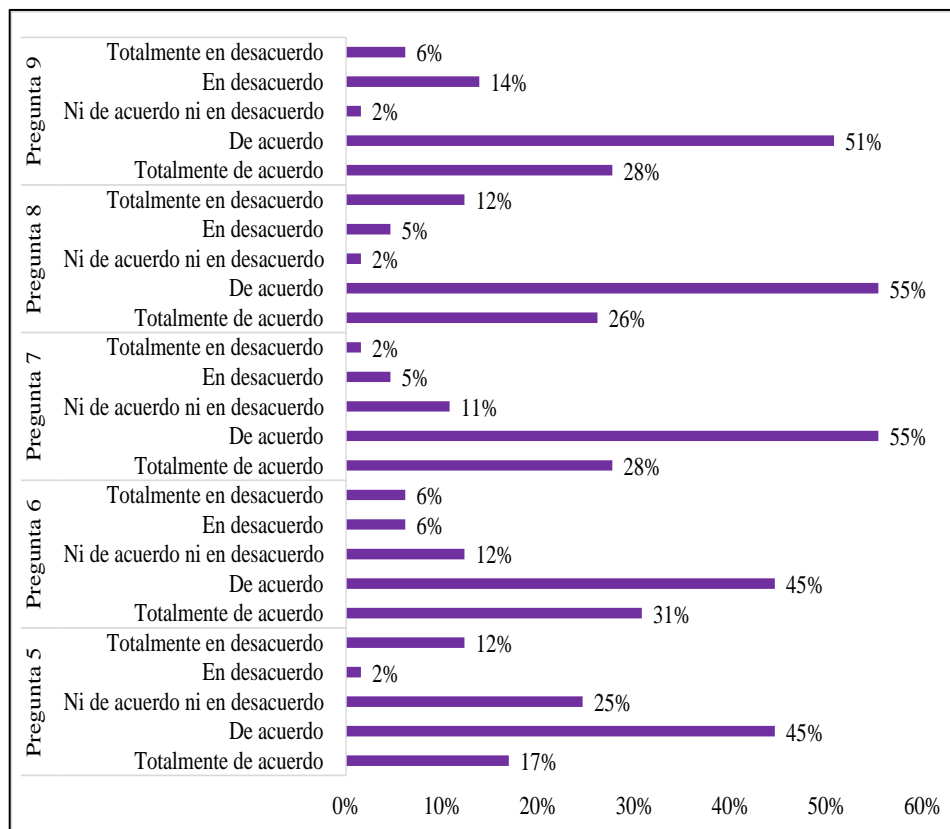
Del 100% de empleados encuestados según los resultados que corresponden a tangibilidad, el 51% está de acuerdo que el GAD cuenta con equipo humano adecuado y suficiente, del mismo modo, el 45% está de acuerdo que las instalaciones físicas del GAD son visualmente atractivas y disponen de señalética, el 48% también está de acuerdo que el personal del GAD tiene apariencia pulcra y aseada, mientras que el 54% manifiesta estar de acuerdo en que los elementos materiales del GAD son visualmente atractivos.

Estos resultados determinan una buena opinión de parte de los empleados, lo que implica una autoevaluación sobre la imagen que proyectan como parte de la entidad pública, esto en primer término ha logrado un buen impacto para que el público pueda relacionarse con mayor confianza y consolidar una imagen corporativa coherente entre lo que se plantea en sus servicios y lo que proyectan sus empleados, como un indicativo de responsabilidad, confianza y profesionalismo.

*Tabla 5. Fiabilidad*

Pregunta	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pregunta 5	Totalmente de acuerdo	11	17%
	De acuerdo	29	45%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	25%
	En desacuerdo	1	2%
	Totalmente en desacuerdo	8	12%
Pregunta 6	Totalmente de acuerdo	20	31%
	De acuerdo	29	45%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	12%
	En desacuerdo	4	6%
	Totalmente en desacuerdo	4	6%
Pregunta 7	Totalmente de acuerdo	18	28%
	De acuerdo	36	55%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	11%
	En desacuerdo	3	5%
	Totalmente en desacuerdo	1	2%
Pregunta 8	Totalmente de acuerdo	17	26%
	De acuerdo	36	55%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	3	5%
	Totalmente en desacuerdo	8	12%
Pregunta 9	Totalmente de acuerdo	18	28%
	De acuerdo	33	51%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	9	14%
	Totalmente en desacuerdo	4	6%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a empleados en las preguntas del 5 al 9 – Miranda (2023)



*Gráfico 2. Fiabilidad*

### **Análisis e interpretación**

Del 100% de empleados encuestados según los resultados que corresponden a fiabilidad, el 45% está de acuerdo que cuando el GAD cumpla cuando promete hacer algo en cierto tiempo, el 45% está de acuerdo que el personal del GAD muestre un sincero interés por solucionar un problema que tiene un usuario, el 55% está en de acuerdo que el personal del GAD realiza bien el trabajo a la primera vez, el 55% también está en de acuerdo que el GAD concluya sus servicios en el tiempo prometido, mientras que el 51% manifiesta estar de acuerdo que el GAD dispone de registros exentos de errores humanos.

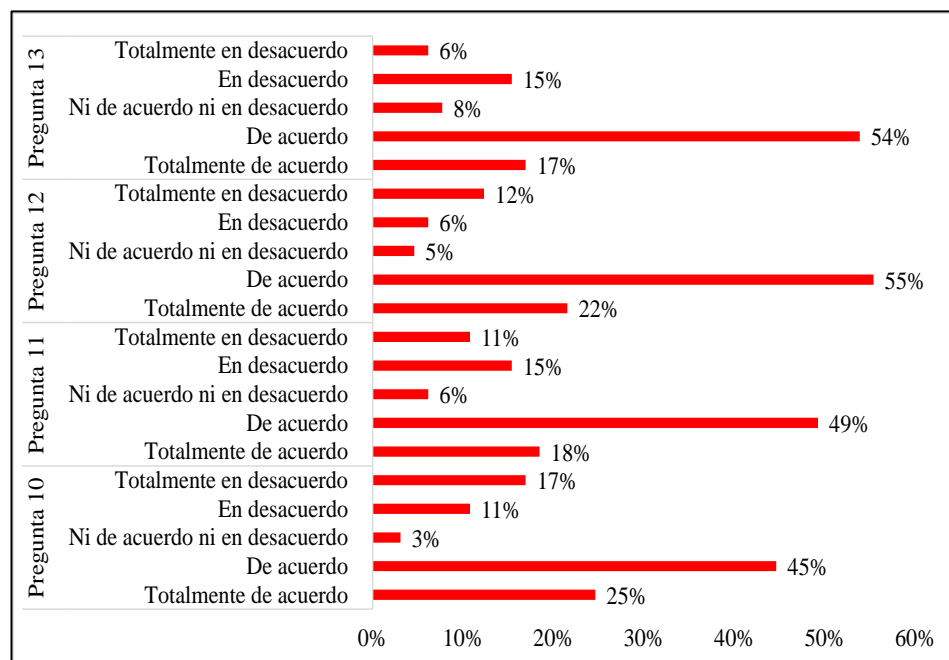
Lo que implica que en términos de fiabilidad, el grupo de empleados del GAD de Mocha opina que están dispuestos a atender los requerimientos de los usuarios de la parroquia y procuran en todos los casos posibles dentro del tiempo requerido, consideran que los trabajos deben hacerse bien ya sea la primera o las veces que sean, para que la ciudadanía tenga no solo una buena imagen de los integrantes del GAD,

sino para que en realidad disponga de una buena calidad de vida, para que la comunidad en general crezca en el goce pleno de sus derechos, en un ambiente sano y con buenos servicios.

**Tabla 6. Capacidad de respuesta**

Pregunta	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pregunta 10	Totalmente de acuerdo	16	25%
	De acuerdo	29	45%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3%
	En desacuerdo	7	11%
	Totalmente en desacuerdo	11	17%
Pregunta 11	Totalmente de acuerdo	12	18%
	De acuerdo	32	49%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	6%
	En desacuerdo	10	15%
	Totalmente en desacuerdo	7	11%
Pregunta 12	Totalmente de acuerdo	14	22%
	De acuerdo	36	55%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5%
	En desacuerdo	4	6%
	Totalmente en desacuerdo	8	12%
Pregunta 13	Totalmente de acuerdo	11	17%
	De acuerdo	35	54%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	8%
	En desacuerdo	10	15%
	Totalmente en desacuerdo	4	6%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a empleados en las preguntas del 10 al 13 – Miranda (2023)



**Gráfico 3. Capacidad de respuesta**

## Análisis e interpretación

Del 100% de empleados encuestados según los resultados que corresponden a capacidad de respuesta, el 45% está de acuerdo que el personal se comunica con el usuario cuando concluye el servicio, el 49% está de acuerdo que los empleados del GAD ofrecen un servicio rápido a sus usuarios, el 55% está en de acuerdo que empleados del GAD siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios, mientras que el 54% manifiesta estar de acuerdo que empleados del GAD nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de sus usuarios.

Los empleados mediante sus respuestas al cuestionario, defienden la imagen que proyectan al usuario en cuanto a su capacidad de respuesta como entidad pública, saben que dependen de la calidad y la eficiencia en los servicios que brindan a la ciudadanía de la parroquia, las operaciones no solo den ser realizadas en el tiempo esperado, sino que además debe ser bien hechos utilizando materiales de buena calidad. La dinámica que maneja el empleado para atender al público debe ocurrir de forma natural, de modo, que al ser atendido, el individuo perciba sinceridad del funcionario, que se entienda que su requerimiento es importante y que merece ser atendido de forma correcta, más aún, cuando en tales circunstancias aflora la frase, ‘mis impuestos pagan sus salarios’, tanto, que cada empleado pueda ponerse en el lugar de las personas a quienes atiende, al brindar un servicio no solo de calidad, sino de excelencia, para garantizar el buen funcionamiento de la institución como un solo elemento.

*Tabla 7. Seguridad*

<b>Pregunta</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Pregunta 14	Totalmente de acuerdo	13	20%
	De acuerdo	32	49%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	9%
	En desacuerdo	9	14%
	Totalmente en desacuerdo	5	8%
Pregunta 15	Totalmente de acuerdo	9	14%
	De acuerdo	42	65%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	12%
	En desacuerdo	4	6%
	Totalmente en desacuerdo	2	3%
Pregunta 16	Totalmente de acuerdo	14	22%
	De acuerdo	34	52%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	6%
	En desacuerdo	3	5%
	Totalmente en desacuerdo	10	15%



	Totalmente de acuerdo	15	23%
	De acuerdo	37	57%
Pregunta 17	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	7	11%
	Totalmente en desacuerdo	5	8%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a empleados en las preguntas del 14 al 17 – Miranda (2023)



**Gráfico 4.** Seguridad

### **Análisis e interpretación**

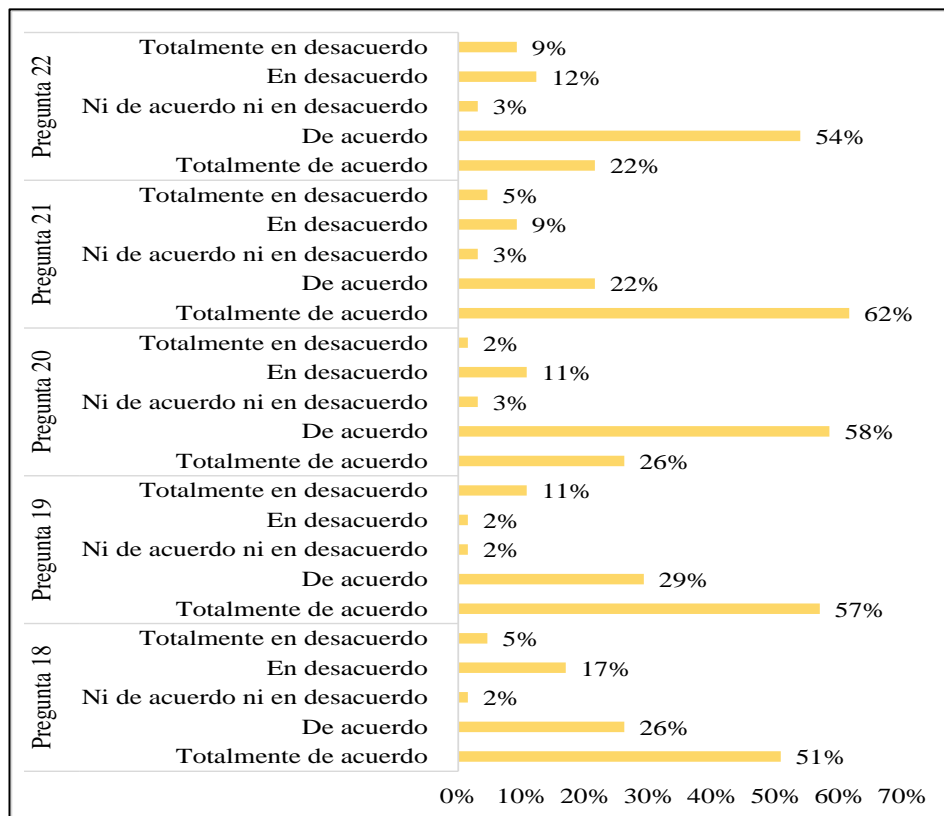
Del 100% de empleados encuestados según los resultados que corresponden a seguridad, el 49% considera que el comportamiento de los empleados del GAD transmite confianza a sus usuarios, el 65% está de acuerdo que los usuarios del GAD se sienten seguros en sus transacciones con la organización, el 52% está de acuerdo en el GAD los empleados son siempre amables con los usuarios, mientras que el 57% manifiesta estar de acuerdo que en el GAD los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios.

Los resultados del cuestionario revelan que la calidad en el servicio en el sector público o privado es un aspecto fundamental, de modo, que el primer contacto debe garantizar confianza al usuario porque la primera impresión cuenta para que los procesos subsiguientes se cumplan dentro de las operaciones que se desarrollan, para que los usuarios se sientan seguros al realizar sus trámites, la proyección de estas sensaciones inician desde la amabilidad, además, el funcionario transmite sus conocimientos en sus responsabilidades y el cumplimiento de sus obligaciones.

*Tabla 8. Empatía*

<b>Pregunta</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Pregunta 18	Totalmente de acuerdo	33	51%
	De acuerdo	17	26%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	11	17%
	Totalmente en desacuerdo	3	5%
Pregunta 19	Totalmente de acuerdo	37	57%
	De acuerdo	19	29%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
	En desacuerdo	1	2%
	Totalmente en desacuerdo	7	11%
Pregunta 20	Totalmente de acuerdo	17	26%
	De acuerdo	38	58%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3%
	En desacuerdo	7	11%
	Totalmente en desacuerdo	1	2%
Pregunta 21	Totalmente de acuerdo	40	62%
	De acuerdo	14	22%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3%
	En desacuerdo	6	9%
	Totalmente en desacuerdo	3	5%
Pregunta 22	Totalmente de acuerdo	14	22%
	De acuerdo	35	54%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3%
	En desacuerdo	8	12%
	Totalmente en desacuerdo	6	9%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a empleados en las preguntas del 14 al 17 – Miranda (2023)



*Gráfico 5. Empatía*

### **Análisis e interpretación**

Del 100% de empleados encuestados según los resultados que corresponden a empatía, el 51% está totalmente de acuerdo que el GAD proporciona a sus usuarios atención individualizada, el 57% está totalmente de acuerdo que el GAD tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios, el 58% está de acuerdo que el GAD tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios, el 62% está totalmente de acuerdo que el GAD se preocupa por los intereses de sus usuarios mientras que el 54% manifiesta estar de acuerdo que los empleados del GAD comprenden las necesidades específicas de sus usuarios.

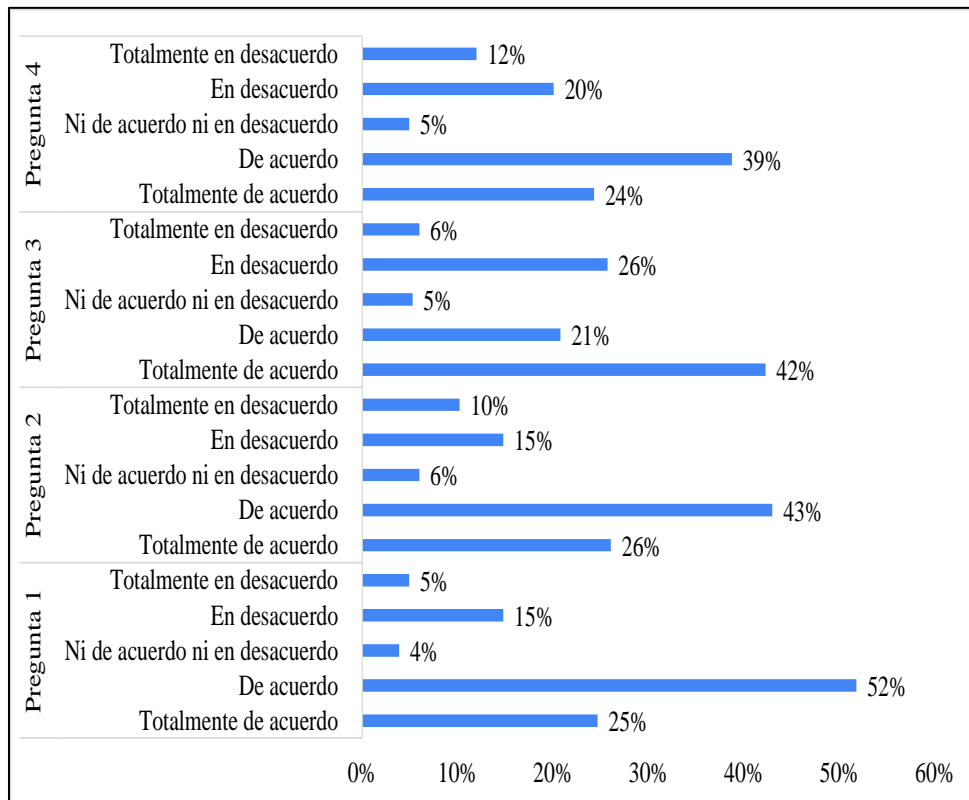
Esto significa, que los empleados aseguran que en lo que respecta a empatía otorgan a los usuarios una atención personalizada, pues en general esa es la naturaleza de los requerimientos de los ciudadanos, el tiempo de la atención proporcionada se realiza dentro de un horario que atañe a todas las entidades públicas, es esencial que el ciudadano entienda que debe solicitar los servicios dentro de este lapso, aunque muchas veces el funcionario más bien da de su tiempo fuera de este horario.

## 4.2. Resultados de la encuesta a usuarios

*Tabla 9. Tangibilidad*

Pregunta	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pregunta 1	Totalmente de acuerdo	70	25%
	De acuerdo	147	52%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	4%
	En desacuerdo	42	15%
	Totalmente en desacuerdo	14	5%
Pregunta 2	Totalmente de acuerdo	74	26%
	De acuerdo	122	43%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	6%
	En desacuerdo	42	15%
	Totalmente en desacuerdo	29	10%
Pregunta 3	Totalmente de acuerdo	120	42%
	De acuerdo	59	21%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	5%
	En desacuerdo	73	26%
	Totalmente en desacuerdo	17	6%
Pregunta 4	Totalmente de acuerdo	69	24%
	De acuerdo	110	39%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	5%
	En desacuerdo	57	20%
	Totalmente en desacuerdo	34	12%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a usuarios en las preguntas del 1 al 4 – Miranda (2023)



**Gráfico 6. Tangibilidad**

## Análisis e interpretación

Del 100% de usuarios según los resultados que corresponden a tangibilidad, el 52% está de acuerdo que se cuenta con equipo humano adecuado y suficiente, del mismo modo, el 43% está de acuerdo que las instalaciones físicas del GAD son visualmente atractivas y disponen de señalética, el 42% también está totalmente de acuerdo que el personal tiene apariencia pulcra y aseada, mientras que el 39% manifiesta estar de acuerdo en que los elementos materiales son visualmente atractivos.

Estos resultados determinan la buena opinión de los usuarios, lo que supone una evaluación aceptable a la imagen que proyectan los empleados al público, que sobre todo ha conseguido un buen efecto en la ciudadanía, de modo que el público pueda relacionarse con una mayor confianza con quienes le brindan atención al servicio requerido, lo que al menos a lo que corresponde a la tangibilidad existe una imagen corporativa unificada entre sus servicios y los planes de trabajo, como demostración de responsabilidad, confianza y profesionalismo, cuando es calificado de buena manera también lo que a primera mano se puede observar en el GAD de Mocha.

*Tabla 10. Fiabilidad*

Pregunta	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pregunta 5	Totalmente de acuerdo	26	9%
	De acuerdo	54	19%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	8%
	En desacuerdo	94	33%
	Totalmente en desacuerdo	87	31%
Pregunta 6	Totalmente de acuerdo	38	13%
	De acuerdo	43	15%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	8%
	En desacuerdo	83	29%
	Totalmente en desacuerdo	98	35%
Pregunta 7	Totalmente de acuerdo	46	16%
	De acuerdo	32	11%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	7%
	En desacuerdo	85	30%
	Totalmente en desacuerdo	100	35%
Pregunta 8	Totalmente de acuerdo	44	15%
	De acuerdo	35	12%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	4%
	En desacuerdo	71	25%
	Totalmente en desacuerdo	122	43%
Pregunta 9	Totalmente de acuerdo	22	8%
	De acuerdo	50	18%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	3%
	En desacuerdo	111	39%
	Totalmente en desacuerdo	92	32%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a usuarios en las preguntas del 5 al 9 – Miranda (2023)

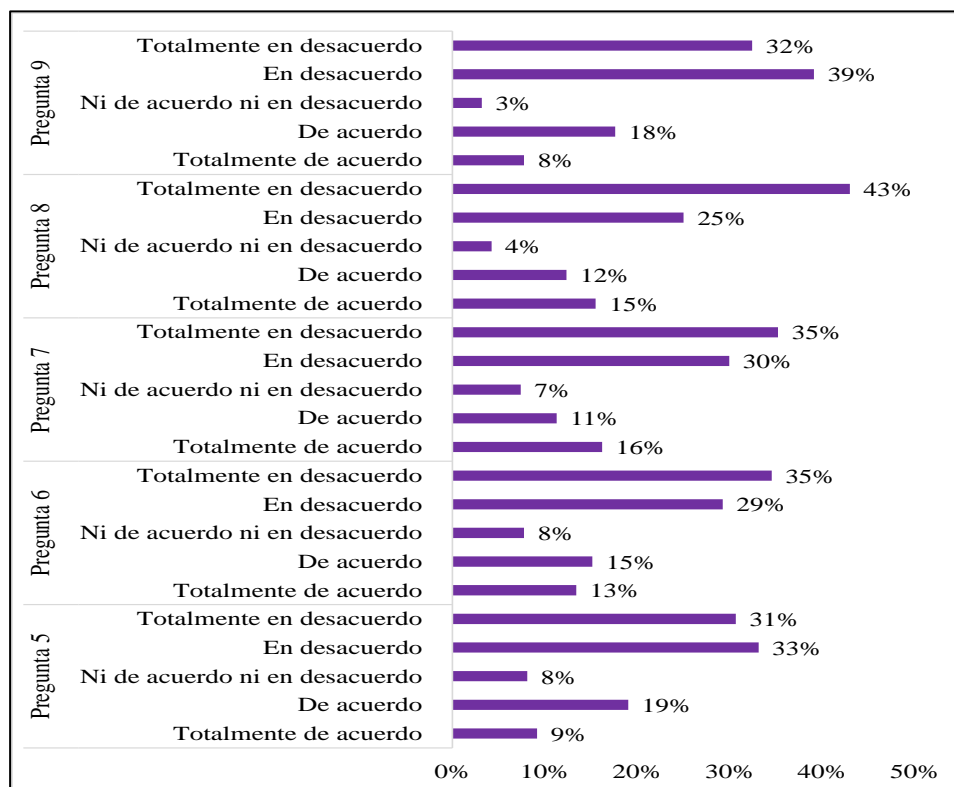


Gráfico 7. Fiabilidad

### Análisis e interpretación

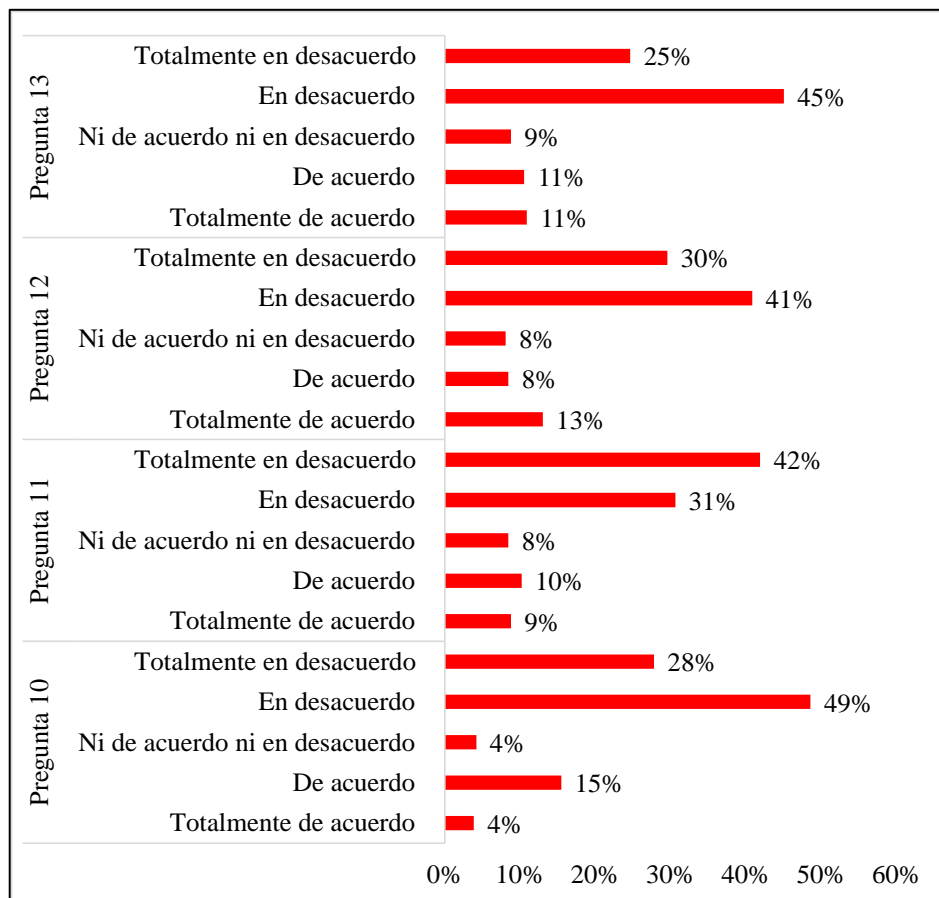
Del 100% de usuarios encuestados según los resultados que corresponden a fiabilidad, el 33% está en desacuerdo que cuando el GAD cumpla cuando promete hacer algo en cierto tiempo, el 35% está totalmente en desacuerdo que el personal del GAD muestre un sincero interés por solucionar un problema que tiene un usuario, el 35% está totalmente en desacuerdo que el personal del GAD realiza bien el trabajo a la primera vez, el 43% también está totalmente en desacuerdo que el GAD concluya sus servicios en el tiempo prometido, mientras que el 39% manifiesta estar en desacuerdo que el GAD dispone de registros exentos de errores humanos.

El aspecto de fiabilidad, en opinión de los usuarios se contrapone a la autoevaluación del grupo de empleados del GAD de Mocha, hay importantes grupos de encuestado que opinan que en realidad no están dispuestos a atender los requerimientos de los usuarios de la parroquia y pocas veces procuran soluciones dentro del tiempo requerido, los trabajos no se ejecutan bien, como ciudadanos incluso desconocen que exista un registro del cometimiento de errores, si es que el propósito es en realidad enmendarlos, porque esto en la práctica en realidad no ocurre.

**Tabla 11. Capacidad de respuesta**

Pregunta	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pregunta 10	Totalmente de acuerdo	11	4%
	De acuerdo	44	15%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	4%
	En desacuerdo	138	49%
	Totalmente en desacuerdo	79	28%
Pregunta 11	Totalmente de acuerdo	25	9%
	De acuerdo	29	10%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	8%
	En desacuerdo	87	31%
	Totalmente en desacuerdo	119	42%
Pregunta 12	Totalmente de acuerdo	37	13%
	De acuerdo	24	8%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	8%
	En desacuerdo	116	41%
	Totalmente en desacuerdo	84	30%
Pregunta 13	Totalmente de acuerdo	31	11%
	De acuerdo	30	11%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	9%
	En desacuerdo	128	45%
	Totalmente en desacuerdo	70	25%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a usuarios en las preguntas del 10 al 13 – Miranda (2023)



**Gráfico 8. Capacidad de respuesta**

## Análisis e interpretación

Del 100% de usuarios encuestados según los resultados que corresponden a capacidad de respuesta, el 49% está desacuerdo que el personal se comunica con el usuario cuando concluye el servicio, el 42% está totalmente en desacuerdo que los empleados del GAD ofrecen un servicio rápido a sus usuarios, el 41% está totalmente en desacuerdo que empleados del GAD siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios, mientras que el 45% manifiesta estar en desacuerdo que empleados del GAD nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de sus usuarios.

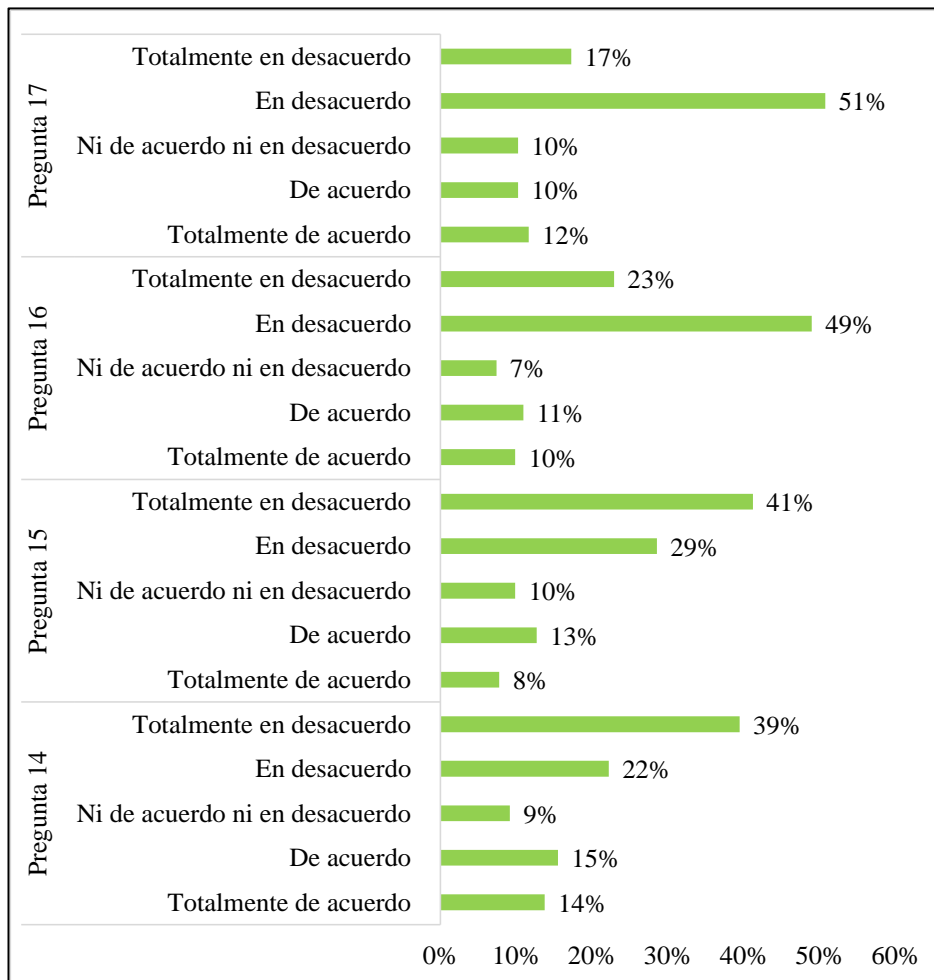
Según el cuestionario, los usuarios en cuanto opinan que la capacidad de respuesta del GAD de Mocha, en los servicios que brindan a la ciudadanía de la parroquia no son realizadas en el tiempo esperado. La dinámica que maneja el empleado para atender al público no ocurre de forma natural, de modo, que al ser atendido, el individuo no percibe sinceridad del funcionario, porque siente que su requerimiento no es importante y percibe que no es atendido de forma correcta, el usuario debe encontrar calidad desde que se acerca y se realiza un saludo adecuado.

*Tabla 12. Seguridad*

<b>Pregunta</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Pregunta 14	Totalmente de acuerdo	39	14%
	De acuerdo	44	15%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	9%
	En desacuerdo	63	22%
	Totalmente en desacuerdo	112	39%
Pregunta 15	Totalmente de acuerdo	22	8%
	De acuerdo	36	13%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	10%
	En desacuerdo	81	29%
	Totalmente en desacuerdo	117	41%
Pregunta 16	Totalmente de acuerdo	28	10%
	De acuerdo	31	11%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	7%
	En desacuerdo	139	49%
	Totalmente en desacuerdo	65	23%
Pregunta 17	Totalmente de acuerdo	33	12%
	De acuerdo	29	10%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	10%
	En desacuerdo	144	51%
	Totalmente en desacuerdo	49	17%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a usuarios en las preguntas del 14 al 17 – Miranda (2023)





*Gráfico 9. Seguridad*

### **Análisis e interpretación**

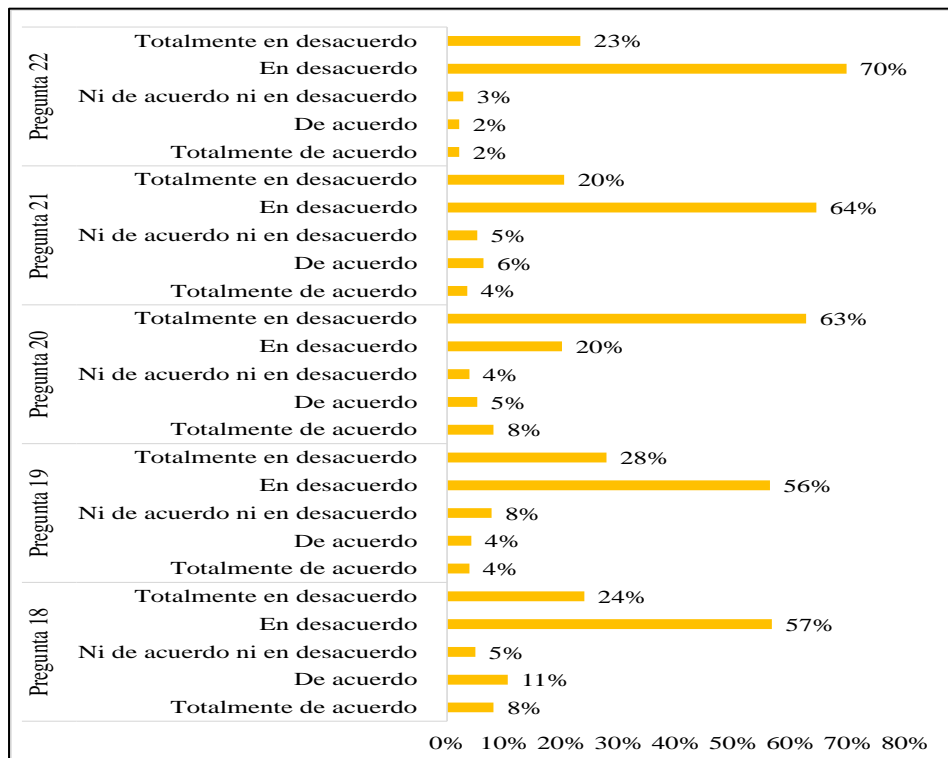
Del 100% de usuarios encuestados según los resultados que corresponden a seguridad, el 39% está totalmente en desacuerdo que el comportamiento de los empleados del GAD transmite confianza a sus usuarios, el 41% está totalmente en desacuerdo que los usuarios del GAD se sienten seguros en sus transacciones con la organización, el 49% está en desacuerdo en el GAD los empleados son siempre amables con los usuarios, mientras que el 51% manifiesta estar en desacuerdo que en el GAD los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios.

Los resultados de la encuesta muestran la opinión de los usuarios, en lo relacionado a seguridad, en que no se garantiza la confianza, no se desarrollan iniciativas para que los usuarios se sientan seguros al realizar trámites, tampoco la proyección de estas experiencias comienza con la amabilidad, esto ocurre porque el funcionario no siempre transmite su conocimiento.

**Tabla 13. Empatía**

Pregunta	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pregunta 18	Totalmente de acuerdo	23	8%
	De acuerdo	30	11%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	5%
	En desacuerdo	161	57%
	Totalmente en desacuerdo	68	24%
Pregunta 19	Totalmente de acuerdo	11	4%
	De acuerdo	12	4%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	8%
	En desacuerdo	160	56%
	Totalmente en desacuerdo	79	28%
Pregunta 20	Totalmente de acuerdo	23	8%
	De acuerdo	15	5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	4%
	En desacuerdo	57	20%
	Totalmente en desacuerdo	178	63%
Pregunta 21	Totalmente de acuerdo	10	4%
	De acuerdo	18	6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	5%
	En desacuerdo	183	64%
	Totalmente en desacuerdo	58	20%
Pregunta 22	Totalmente de acuerdo	6	2%
	De acuerdo	6	2%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	3%
	En desacuerdo	198	70%
	Totalmente en desacuerdo	66	23%

**Nota:** Resumen de resultados del cuestionario SERVQUAL a usuarios en las preguntas del 18 al 22 – Miranda (2023)



**Gráfico 10. Empatía**

## **Análisis e interpretación**

Del 100% de empleados encuestados según los resultados que corresponden a empatía, el 57% está en desacuerdo que el GAD proporciona a sus usuarios atención individualizada, el 56% está en desacuerdo que el GAD tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios, el 63% está totalmente en desacuerdo que el GAD tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios, el 64% está en desacuerdo que el GAD se preocupa por los intereses de sus usuarios mientras que el 70% manifiesta estar en desacuerdo que los empleados del GAD comprenden las necesidades específicas de sus usuarios.

Estos últimos resultados, son preocupantes pues en lo que respecta a empatía, pues los usuarios opinan que no se otorga una atención personalizada, en general los requerimientos de los ciudadanos toman mucho tiempo de atención, de modo, que el tiempo destinado en realidad no alcanza dentro del horario establecido, es común que los funcionarios pidan paciencia y comprensión al ciudadano porque los servicios superan las expectativas del tiempo de atención.

### **4.3. Comprobación de la hipótesis**

La hipótesis del presente trabajo investigativo es analizada para comprobar la recolección de datos realizado en el lugar de los hechos, de modo que queda planteada de la siguiente manera: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha.

**Hipótesis alternativa H<sub>1</sub>:** sí existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha.

**Hipótesis alternativa H<sub>0</sub>:** no existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha.

Una vez realizado el análisis teórico, surge como consecuencia el planteamiento de la hipótesis, la misma que tiende a comprobar que el trabajo de campo cumpla con las expectativas de la investigación, de modo, que se confrontan las variables del tema dentro de un análisis estadístico.

#### 4.3.1. Prueba de normalidad

**Hipótesis alternativa H<sub>1</sub>:** la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha sí sigue una distribución normal.

**Hipótesis nula H<sub>0</sub>:** la satisfacción en la atención al cliente del GAD Municipal de Mocha no sigue una distribución normal.

*Tabla 14. Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción en la atención	,265	284	,005	,841	284	,004
Calidad del servicio	,278	284	,007	,786	284	,006

a. Corrección de la significación de Lilliefors

**Nota:** Cálculo de la normalidad de resultados del cuestionario SERVQUAL – Miranda (2023)

Para encontrar la normalidad de los datos se utilizó la prueba de Kolmogrov – Smirnov y Shapiro-Wilk, la cual indica que los datos son normales porque la significancia es menor a 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, que dice: la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha sí sigue una distribución normal.

#### 4.3.2. Verificación de la hipótesis

**Hipótesis alternativa H<sub>1</sub>:** sí existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha.

**Hipótesis alternativa H<sub>0</sub>:** no existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha.

*Tabla 15. Correlaciones*

		Calidad del servicio	Satisfacción en la atención
Calidad del servicio	Correlación de Pearson	1	,860**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	26	26
Satisfacción en la atención	Correlación de Pearson	,860**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	284	284

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Nota:** Cálculo de la hipótesis por el método de la correlación de Pearson en los datos del cuestionario SERVQUAL – Miranda (2023)

Las variables de estudio: calidad del servicio y satisfacción en la atención, alcanzan una correlación significativa positiva y directa, en donde el valor de Pearson es de 0,860 para una población de 284 personas, con una significancia de 0,000; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: sí existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha.

#### **4.4. Discusión de resultados**

En los resultados de la encuesta a los empleados, que se convierte en una autoevaluación de la imagen que se forman ante el público, se obtuvo sobre todo una buena opinión sobre el tema de confianza y unificación de la imagen corporativa, del mismo modo, consideran adecuada la propuesta en sus servicios y lo que planifican para dar una buena impresión como la primera impresión, están conscientes que deben dar prueba de su responsabilidad, confianza y profesionalismo.

Muy pocos directivos o propietarios de empresas son conscientes de la importancia de los clientes. Barquero (2017) menciona que algunas empresas no hacen esfuerzos ni implementan estrategias para mejorar los servicios que brindan a sus clientes y terminan viendo que sus competidores logran mejores resultados. Para Monroy y Urcádiz (2019) una de las principales razones por las que el servicio al cliente es importante para el crecimiento de un negocio es que cuando un cliente siente que está siendo atendido de manera excepcional, comienza a mostrar lealtad. Alonso y Provedo (2020) menciona que independientemente de la industria en la que opere el negocio, es probable que se enfrente a muchos competidores que ofrecen productos o servicios muy similares, y en tal situación, es mejor aprovechar cualquier opción para destacar y crecer saludablemente.

La fiabilidad, según los usuarios, contradice la autoevaluación del grupo de empleados de Mocha GAD, pues cuenta con importantes grupos de encuestados que creen que en realidad los funcionarios no están dispuestos a cumplir con los usuarios de la parroquia y rara vez buscan soluciones en el tiempo requerido para sus peticiones, además, por lo general, el trabajo no se realizan bien, ya que los ciudadanos ni siquiera saben, si

los errores cometidos se registran con la intención de corregirlos, porque en la práctica esto realmente no sucede.

Además de un buen servicio al cliente, las empresas necesitan dinero para crecer. Cruz (2017) señala que la buena noticia es que un servicio al cliente de calidad puede ayudar a la empresa a ganar más. Irabedra (2019) opina que al brindar un buen servicio, puede asegurarse de que los clientes satisfechos sean la mejor manera de difundir noticias positivas sobre la empresa; de hecho, clientes satisfechos cuentan a más personas el excelente servicio que recibieron. Kotler y Armstrong (2012) plantean que uno de los fundamentos sobre la importancia del servicio al cliente para el crecimiento de la empresa es una buena cultura, por ello, es importante no sólo crecer mejorando los asuntos externos de la empresa, sino también mejorar ciertas situaciones internas que afectan el éxito de la empresa, como por ejemplo la rotación de personal.

Según el cuestionario, la capacidad de respuesta de los empleados del GAD de Mocha, los servicios que ofrecen a los habitantes de la parroquia no se realizan en el tiempo esperado. La dinámica que un empleado para atender al público no se da de forma natural, por lo que el empleado no nota la sinceridad del funcionario porque siente que su petición no es importante y que no está siendo debidamente considerado en sus requerimientos, por lo que piensa que no encuentra calidad desde el momento en que se acerca y desde que se realiza el saludo adecuado.

De acuerdo con Ahuja et al. (2020), el principio bien establecido en la atención al cliente, es que es quien valora la calidad de la atención que recibe, por ello, cualquier sugerencia o consejo es fundamental para mejorar. Guzmán y Cárcamo (2019) manifiesta que cada medida en la prestación de servicios debe apuntar a la satisfacción del cliente, esta satisfacción debe estar garantizada en términos de cantidad, calidad, tiempo y precio. Tamayo (2021) coincide que los requisitos de los clientes guían la estrategia de la empresa en la producción de bienes y servicios; el diseño del servicio a implementar debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes y garantizar la competitividad de la empresa para mantenerse en el mercado.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

- Se estableció que las dimensiones de calidad de servicio que apoyan el estudio teórico de la municipalidad de Mocha, están determinadas por el proceso que se mantiene con el cliente desde el primer contacto y la forma de responder a sus requerimientos, además, abarca atributos como precio, calidad, accesibilidad, seguridad, confianza, etc. factores que se reflejan al cliente para cerrar relaciones de largo plazo. Lo que significa que la calidad del servicio debe darse a través de un enfoque de procesos y mejora continuas; porque, las brechas en la insatisfacción de los clientes se deben principalmente a que sienten que no se han cumplido sus expectativas; elementos identificadas son características esenciales que deben fortalecerse para lograr la satisfacción del cliente.
- La definición de factores de satisfacción del usuario en base a las dimensiones de la calidad de servicio público, se dio mediante la aplicación de cuestionarios de encuesta aplicados a empleados y usuarios; los funcionarios en sus respuesta proporcionan una buena opinión sobre el tema de confianza y unificación de la imagen corporativa, sin embargo, los usuarios no opinan los mismo, quienes consideran que el personal del GAD de Mocha no está dispuesto a cumplir con los requerimientos de los usuarios de la parroquia y rara vez buscan soluciones en el tiempo requerido para sus peticiones y tampoco comunican cuando ha finalizado su tarea.
- La determinación de la relación existente entre el personal del GAD Mocha y la satisfacción del usuario, ocurre cuando al brindar un buen servicio, puede asegurarse que los clientes satisfechos sean la mejor manera de difundir noticias positivas sobre la empresa, en este sentido, las variables de estudio: calidad del servicio y satisfacción en la atención, alcanzan una correlación significativa positiva y directa, en donde el valor de Pearson es de 0,860 por lo tanto, se acepta

la hipótesis alterna que manifiesta que sí existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción en la atención del GAD Municipal de Mocha.

## **5.2. Recomendaciones**

- Es importante incrementar el interés por el recurso humano, porque es fundamental en toda organización, es decir, motivar al personal, para desarrollarse tanto personal como profesionalmente y hacerlo sentirse cómodo en su lugar de trabajo y lograr un desempeño óptimo, junto a ello, crear planes de acción enfocados a los clientes internos que tengan como objetivo implementar la cultura organizacional y la calidad del servicio a través de campañas que definan parámetros de atención al cliente que se deben involucrar a todo el personal para apegarse a la calidad del servicio.
- El GAD de Mocha debe realizar evaluaciones frecuentes a su personal sobre la atención al cliente y la satisfacción en el servicio brindado, de tal manera, que se puedan establecer errores e identificar problemas que se corrijan de manera profesional, en cada una de las oficinas, áreas de trabajo y departamentos que forman parte de la entidad, y del mismo evaluar periódicamente el nivel de aceptación de los usuarios, considerando las dimensiones de calidad de: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, para abarcar en lo posible, todos los aspectos que constituyen la calidad del servicio en los usuarios.
- Es importante ampliar la investigación a contextos similares donde los resultados de este estudio puedan usarse y compararse. Con base en los resultados encontrados, se recomienda que la organización pueda trabajar con las variables para lograr un mejor resultado. Es necesario aplicar los instrumentos utilizados en este estudio, es decir, el modelo SERVQUAL. Finalmente, se recomienda ampliar la investigación con muestras más grandes y comprobar cómo se comportan las variables analizadas en diferentes contextos.



## Bibliografía

- Ahuja, L., Yépez, N., & Pedroza, Á. (2020). *La relación entre gestión de la calidad total (GCT) y gestión de la tecnología I+D (GT/I+D) en empresas de manufactura en México*.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1698>
- Alonso, J., & Provedo, P. (2020). *Gestión de la calidad*. Obtenido de España: Editorial Santillana Formación Profesional. Segunda edición:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10269/1/UPS-GT001302.pdf>
- Alvarado, L., & Moreno, Z. (2017). *Gobernanza y gestión de calidad en los centros de investigación*. Obtenido de Opción, vol. 33, núm. 84, diciembre, pp. 471-503: <https://www.redalyc.org/pdf/310/31054991017.pdf>
- Álvarez, A., & Sánchez, M. (2022). *Modelo para la evaluación de puestos de trabajo en oficina: método ROSA (Rapid Office Strain Assessment)*. Obtenido de Gobierno de España. Ministerio de Trabajo y Economía Social. Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo:  
<https://www.insst.es/documents/94886/566858/NTP+1173+Modelo+para+la+evaluaci%C3%B3n+de+puestos+de+trabajo+en+oficina.+M%C3%A9todo+ROSA.pdf>
- Anaya, A., & Saldaña, C. (2017). *Acciones de intervención organizacional para mejorar las condiciones de trabajo en el Departamento de Obras Públicas de un ayuntamiento del sur de Jalisco - México*. Obtenido de Salud Uninorte, 33(3), 373-382: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-903661>
- Aponte, J. (2018). *Condiciones laborales, salud ocupacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la compañía minera Santa Rosa*. Obtenido de Revista de Maestría Ejecutiva en Administración de Negocios vol. 9 n° 2:  
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2003>
- Ascencio, E., & Navarro, J. (2018). *Importancia de la capacitación y el desarrollo del talento humano en el Ecuador*. Obtenido de Observatorio Economía Latinoamericana. ISSN: 1696-8352 Ecuador:  
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/capacitacion.html>
- Atuesta, B., Mancero, X., & Tromben, V. (2018). *Herramientas para el análisis de las desigualdades y del efecto redistributivo de las políticas públicas*. Obtenido de

- Publicación de las Naciones Unidas. Documentos de Proyectos. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43678/1/S1800511\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43678/1/S1800511_es.pdf)
- Báron, L., & Salamanca, J. (2018). *Necesidades y expectativas de los clientes reales y potenciales*. Obtenido de Caja de compensación familiar de Boyacá: <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/1453/TGT-202.pdf;jsessionid=F492EBE3CA173655E5F28997335FA016?sequence=2>
- Barquero, M. (2017). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* Obtenido de España: McGraw-Hill: [http://www.marketingpower.com/\\_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C](http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C)
- Becerra, F., Andrade, A., & Díaz, G. (2019). *Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación*. Obtenido de Universidad de Otavalo, Ecuador. Scielo: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005)
- Borbón, C., & Arvizu, M. (2017). *Satisfacción laboral del trabajador: un estudio de caso en invernaderos sonorenses*. Obtenido de Revista Mexicana de Agronegocios, vol. 40, enero-junio, pp. 513-524: <https://www.redalyc.org/pdf/141/14152127001.pdf>
- Castillo, M. (2017). *El papel de la participación ciudadana en las políticas públicas, bajo el actual escenario de la gobernanza: reflexiones teóricas*. Obtenido de CS ISSN 2011-0324 Número 23 -157-180 Septiembre - Diciembre: <http://www.scielo.org.co/pdf/recs/n23/2011-0324-recs-23-00157.pdf>
- Costumero, I. (2018). *Relaciones en el entorno de Trabajo*. Obtenido de Madrid. Thomson/ Paraninfo: <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449849320001.pdf>
- Cruz, J. (2017). *La calidad de vida laboral y el estudio del recurso humano: una reflexión sobre su relación con las variables organizacionales*. Obtenido de Pensamiento y gestión, N.º 45. 5 de diciembre: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n45/2145-941X-pege-45-58.pdf>
- Díaz, Y., Andrade, J., & Ramírez, E. (2019). *Liderazgo transformacional y responsabilidad social en asociaciones de mujeres cafeteras en el sur de Colombia*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500121>

- Escudero, M. (2020). *Servicio de atención comercial*. Obtenido de Editex, Ed. Business Horizons, 50(4), 271-276: [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-07642020000400](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000400)
- Fernández, P. (2018). *Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual*. Obtenido de Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos, Cuba. Atenas, vol. 2, núm. 34: <https://www.redalyc.org/journal/4780/478054643001/478054643001.pdf>
- Fourie, L. (2018). *Customer satisfaction: a key to survival for SMEs?* Obtenido de Problems and Perspectives in Management. 13(3): 181-188: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-7858202100010008](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-7858202100010008)
- Grönroos, C. (1984). *A service quality model and its marketing implications*. Obtenido de European Journal of Marketing, 36-44: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138144214600188>
- Guzmán, A., & Cárcamo, M. (2019). *La evaluación de la calidad en el servicio*. Obtenido de Departamento de Estudios Multidisciplinarios. 24, págs. 35-67. Guanajuato, México.: ISSN 0188- carcamo: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33076/1/TESIS%20DM%202105-signed-signed%20%283%29.pdf>
- Heizer, J., & Render, B. (2019). *Dirección de La Producción. Decisiones Estratégicas*. Obtenido de España: Editorial Pearson, Prentice Hall. Sexta Edición: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-3733201400020004323](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-3733201400020004323)
- Herrera, L. (2021). *Metodología de la Investigación Científica*. Ambato: Diamerino.
- Horsford, R., & Bayarre, H. (2016). *Metodología de la investigación científica*. Obtenido de Ciencia e investigación científica: <http://files.sld.cu/iss/files/2009/02/curso-metodologia.pdf>
- Hurtado, S. (2018). *Medir y Evaluar la calidad del servicio, a través del modelo Servqual en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Crediamigo" Loja Ltda. Loja*. Obtenido de Lima - 2014. Revista Scientia, 153-163: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263237319300751>

- Irabedra, C. (2019). *Calidad en el Servicio. Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel*. Obtenido de Contaduría y Administración, 60 (1):229-260.: <https://www.scielo.org.mx/pdf/ia/v48n123/2448-7678-ia-48-123-00006.pdf>
- Jervis, T. (2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Lifeder. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing. Servqual vs. Servperf Scales*. *Vikalpa*, 29 (2):25-38. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0256090920040203>
- López, P., & Fachelli, S. (2018). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Obtenido de Parte II. Producción: [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)
- Martín, M. (2017). *Compendio de investigación científica*. Madrid, España: CIDE.
- Matsumoto, R. (2019). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. Obtenido de Revista Perspectivas n.34 Cochabamba oct: #:~:text=El%20Modelo%20Servqual%2C%20mide%20la,%2C%20empatía%2C%20y%20elementos%20tangibles.
- Monroy, J., & Gómez, B. (2016). *La investigación científica y su alcance*. Obtenido de Santillana, México D.F: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-75272009000100008](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-75272009000100008)
- Monroy, M., & Urcádiz, F. (2019). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*. Obtenido de Investig. adm. vol.48 no.123 Ciudad de México ene./jun: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100006](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006)
- Mugira, A. (2022). *¿Qué es la investigación descriptiva?* QuestionPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Neill, D., & Cortez, L. (2021). *Procesos y fundamentos de la calidad de atención al usuario, ventajas de la satisfacción total*. Obtenido de Machala: UTMACH: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/37378/1/733%20OE.pdf>

- Ordóñez, E., Narváez, C., & Erazo, J. (2020). *El sistema financiero en Ecuador. Herramientas innovadoras y nuevos modelos de negocio*. Obtenido de Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA.: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-373320140002000](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-373320140002000)
- Parella, S., & Martins, F. (2019). *Metodología de la investigación*. <https://doi.org/jhdfS2007-78902021-hj.000800077>
- Parasuraman, P. (1985). *Conceptual Model of Service Quality and its implications for future research*. Obtenido de New York: Journal of Marketing. The Free Press: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=582845&pid=S1994-3733201400020000500012&lng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=582845&pid=S1994-3733201400020000500012&lng=es)
- Quesada, A., & Medina, A. (2020). *Beneficios de la satisfacción del cliente*. Obtenido de Universidad de Matanzas: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005)
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). *Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Sampedro, J. (2018). *Métodos de investigación*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2448482>
- Stafford, M. (1996). *Demographic discriminators of service quality in the banking industry*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/08876049610124554>
- Tamayo, Y. (2021). *Productos y servicios sostenibles*. Obtenido de Scandinavian Journal of Work, Environment & Health, 44(2), 113-133: <https://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/publicaciones/UV-51.pdf>
- Usman, M., & Shafiq, M. (2022). *Investigating the role of QMS implementation on customers' satisfaction: A case study of SMEs*. Obtenido de IFAC-PapersOnLine. 52(13): 2032-2037: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_nlinks&pid=S2007-7858202100010008500045&lng=en](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2007-7858202100010008500045&lng=en)
- Valenzuela, N., & Buentello, C. (2022). *La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una*

*pyme de servicios.* Obtenido de Dialnet:  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=582849&pid=S1994-3733201400020000500016&lng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=582849&pid=S1994-3733201400020000500016&lng=es)

Velasco, J. (2020). *Gestión de la Calidad. Mejora continua y sistemas de gestión.* Obtenido de España: Editorial Pirámide. Segunda edición:  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=582846&pid=S1994-3733201400020000500013&lng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=582846&pid=S1994-3733201400020000500013&lng=es)

Ybarreche, M. (2021). *Toma de decisiones: reto para crear ventajas competitivas en las distribuidoras de alimentos gourmet.*  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17081/dege.7.2.1183>

Zhang, S., & Hou, Y. (2018). *A SERVQUAL model for assessment of service quality in supply chain.* Obtenido de Information Technology Journal. 12(15): 3472-3475: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_nlinks&pid=S2007-7858202100010008500048&lng=en](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2007-7858202100010008500048&lng=en)

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta a empleados



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CENTRO DE POSGRADOS MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS COHORTE 2022

**Tema:** Manejo de las dimensiones del modelo SERVQUAL para la gestión de la calidad del servicio público en los gobiernos autónomos descentralizados

**Objetivo:** Analizar las dimensiones de calidad en el servicio público del GAD de Mocha y su incidencia en la satisfacción del usuario.

**Instrucciones:** lea detenidamente cada pregunta, previo a consignar su respuesta, se sugiere su absoluta sinceridad, ya que su opinión para este estudio es importante.

### Cuestionario de encuesta a usuarios

Dimensión	Preguntas	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Tangibilidad	1. ¿Cree usted que el GAD cuenta con equipo humano adecuado y suficiente?					
	2. ¿Cree que las instalaciones físicas del GAD son visualmente atractivas y disponen de señalética?					
	3. ¿El personal del GAD tiene apariencia pulcra y aseada?					
	4. ¿Los elementos materiales del GAD son visualmente atractivos?					
Fiabilidad	5. ¿Cuándo el GAD promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple?					
	6. ¿Cuándo un usuario tiene un problema el personal del GAD muestra un sincero interés por solucionarlo?					
	7. ¿Considera que el personal del GAD realiza bien el trabajo a la primera vez?					
	8. ¿El GAD concluye sus servicios en el tiempo prometido?					
	9. ¿El GAD dispone de registros exentos de errores humanos?					
Capacidad de respuesta	10. ¿El personal se comunica con el usuario cuando concluye el servicio?					
	11. ¿Los empleados del GAD ofrecen un servicio rápido a sus usuarios?					
	12. ¿Los empleados del GAD siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios?					

	13. ¿Considera que los empleados del GAD nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de sus usuarios?					
Seguridad	14. ¿Considera que el comportamiento de los empleados del GAD transmite confianza a sus usuarios?					
	15. ¿Los usuarios del GAD se sienten seguros en sus transacciones con la organización?					
	16. ¿En el GAD los empleados son siempre amables con los usuarios?					
	17. ¿En el GAD los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios?					
Empatía	18. ¿El GAD proporciona a sus usuarios atención individualizada?					
	19. ¿El GAD tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios?					
	20. ¿El GAD tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios?					
	21. ¿El GAD se preocupa por los intereses de sus usuarios?					
	22. ¿Los empleados del GAD comprenden las necesidades específicas de sus usuarios?					



Anexo 2. Encuesta a empleados



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE POSGRADOS**  
**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS**  
**COHORTE 2022**

**Tema:** Manejo de las dimensiones del modelo SERVQUAL para la gestión de la calidad del servicio público en los gobiernos autónomos descentralizados

**Objetivo:** Analizar las dimensiones de calidad en el servicio público del GAD de Mocha y su incidencia en la satisfacción del usuario.

**Instrucciones:** lea detenidamente cada pregunta, previo a consignar su respuesta, se sugiere su absoluta sinceridad, ya que su opinión para este estudio es importante.

**Cuestionario de encuesta a empleados**

Dimensión	Preguntas	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Tangibilidad	1. ¿Cree usted que el GAD cuenta con equipo humano adecuado y suficiente?					
	2. ¿Cree que las instalaciones físicas del GAD son visualmente atractivas y disponen de señalética?					
	3. ¿El personal del GAD tiene apariencia pulcra y aseada?					
	4. ¿Los elementos materiales del GAD como folletos, documentos y similares, son visualmente atractivos?					
Fiabilidad	5. ¿Cuándo el GAD promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple?					
	6. ¿Cuándo un usuario tiene un problema el personal del GAD muestra un sincero interés por solucionarlo?					
	7. ¿Considera que el personal del GAD realiza bien el trabajo a la primera vez?					
	8. ¿El GAD concluye el servicio en el tiempo prometido?					
	9. ¿El GAD dispone de registros exentos de errores humanos?					
Capacidad de respuesta	10. ¿El personal se comunica con el usuario cuando concluye el servicio?					
	11. ¿Los empleados del GAD ofrecen un servicio rápido a sus usuarios?					
	12. ¿Los empleados del GAD siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios?					

	13. ¿Considera que los empleados del GAD nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de sus usuarios?					
Seguridad	14. ¿Considera que el comportamiento de los empleados del GAD transmite confianza a sus usuarios?					
	15. ¿Los usuarios del GAD se sienten seguros en sus transacciones con la organización?					
	16. ¿En el GAD los empleados son siempre amables con los usuarios?					
	17. ¿En el GAD los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios?					
Empatía	18. ¿El GAD proporciona a sus usuarios atención individualizada?					
	19. ¿El GAD tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios?					
	20. ¿El GAD tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios?					
	21. ¿El GAD se preocupan por los intereses de sus usuarios?					
	22. ¿Los empleados del GAD comprenden las necesidades específicas de sus usuarios?					

### Anexo 3. Validación de encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE POSGRADOS**  
**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS**  
**COHORTE 2022**

La presente encuesta dirigida a usuarios del GAD de Mocha forma parte del proyecto de investigación titulado: Manejo de las dimensiones del modelo SERVQUAL para la gestión de la calidad del servicio público en los gobiernos autónomos descentralizados, con el objetivo de analizar las dimensiones de calidad en el servicio público del GAD de Mocha y su incidencia en la satisfacción del usuario.

Nos ponemos en contacto con usted, para solicitar su valiosa colaboración en la validación del siguiente cuestionario de encuesta dirigida a usuarios del GAD de Mocha. Los ítems han sido estructurados de forma concreta para obtener profundidad en la información recabada para la investigación, bajo los parámetros de:

**U (Univocidad):** Claridad en la redacción del ítem, de modo que todos los potenciales informantes entiendan lo mismo.

Cumple

**P (Pertinencia):** Adecuación a los objetivos de evaluación del cuestionario (o la dimensión del mismo en el que en su caso se localiza)

Cumple

**I (Importancia):** Capacidad de identificar o discriminar la información (valoraciones, pensamientos, percepciones, experiencias, etc.) más relevantes en relación a los objetivos de evaluación del cuestionario.

Cumple

Esta validación requiere de un tiempo determinado, de antemano le agradecemos por su colaboración, si tiene algún comentario o pregunta ponerse en contacto con información pertinente para la investigación.

**Firma**



HOWARD FABIAN  
CHAVEZ YEPEZ

**Nombres completos:** Howard Fabián Chávez Yépez

**Correo Institucional:** howardfchavez@uta.edu.ec

**Registro de SENESCYT:** 1038-05-610294

**Fecha de validación:** 16 de noviembre del 2023



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
CENTRO DE POSGRADOS  
MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS  
COHORTE 2022**

La presente encuesta dirigida a usuarios del GAD de Mocha forma parte del proyecto de investigación titulado: Manejo de las dimensiones del modelo SERVQUAL para la gestión de la calidad del servicio público en los gobiernos autónomos descentralizados, con el objetivo de analizar las dimensiones de calidad en el servicio público del GAD de Mocha y su incidencia en la satisfacción del usuario.

Nos ponemos en contacto con usted, para solicitar su valiosa colaboración en la validación del siguiente cuestionario de encuesta dirigida a usuarios del GAD de Mocha. Los ítems han sido estructurados de forma concreta para obtener profundidad en la información recabada para la investigación, bajo los parámetros de:

**U (Univocidad):** Claridad en la redacción del ítem, de modo que todos los potenciales informantes entiendan lo mismo.

**CUMPLE**

**P (Pertinencia):** Adecuación a los objetivos de evaluación del cuestionario (o la dimensión del mismo en el que en su caso se localiza)

**CUMPLE**

**I (Importancia):** Capacidad de identificar o discriminar la información (valoraciones, pensamientos, percepciones, experiencias, etc.) más relevantes en relación a los objetivos de evaluación del cuestionario.

**CUMPLE**

Esta validación requiere de un tiempo determinado, de antemano le agradecemos por su colaboración, si tiene algún comentario o pregunta ponerse en contacto con información pertinente para la investigación.

**Firma:**



MARIA ALEXANDRA  
LÓPEZ PAREDES

**Nombres completos:** MARIA ALEXANDRA LÓPEZ PAREDES

**Correo institucional:** ma.lopez@uta.edu.ec

**Registro de SENESCYT:** 1010-2022-24904

**Fecha de validación:** 16 de noviembre de 2023