

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y  
ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**Tema: “Análisis del valor público en el servicio al usuario de la agencia de  
regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019-2020”**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del  
título de Licenciados en Administración Pública

AUTORES: Rentería Morillo Steven Aldair  
Tupue Fuentes Dayana Mabel

TUTOR: Msc. García Revelo Luis Ramiro

Tulcán, 2024.

## **CERTIFICADO DEL TUTOR**

Certifico que los estudiantes Rentería Morillo Steven Aldair y Tupue Fuentes Dayana Mabel y con el número de cédula 0402081418 y 0402168399 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Análisis del valor público en el servicio al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019-2020"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva

---

**Msc. García Revelo Luis Ramiro**

**TUTOR**

Tulcán, mayo de 2024

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciados en la Carrera de Administración Pública de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Nosotros, Rentería Morillo Steven Aldair y Tupue Fuentes Dayana Mabel con cédula de identidad número 0402081418 y 0402068399 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



---

Rentería Morillo Steven Aldair

**AUTOR**



---

Tupue Fuentes Dayana Mabel

**AUTORA**

Tulcán, mayo de 2024

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotros Rentería Morillo Steven Aldair y Tupue Fuentes Dayana Mabel declaramos ser autores de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Análisis del valor público en el servicio al usuario en la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019-2020" expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Rentería Morillo Steven Aldair

**AUTOR(A)**



---

Tupue Fuentes Dayana Mabel

**AUTOR(A)**

Tulcán, mayo de 2024

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido llegar a este punto de mi vida por ser mi fe más grande y mi fortaleza para llegar hasta aquí, a mis padres, hermanos y hermanas y cuñados por ser ese apoyo incondicional para cumplir mis metas. De la misma manera agradezco a mis padrinos, tíos, prima, amigas, amigo que compartieron conmigo en la etapa de la universidad por sus consejos por enseñarme que nada en la vida es fácil que todo tiene sus obstáculos y por enseñarme que con honestidad y responsabilidad se puede cumplir con los sueños que uno se propone, gracias por el apoyo brindado, cariño y comprensión el cual hicieron que culmine con esta etapa muy importante para mí. A mi tutor de trabajo de integración curricular Msc. Luis Ramiro García Revelo por la dedicación y apoyo brindado durante este proceso de titulación. Finalmente, a cada uno de los docentes de la carrera de administración pública por todos sus conocimientos brindados, para mi formación académica y personal.

Tupue Fuentes Dayana Mabel

Agradezco a Dios por haberme permitido llegar a culminar mis estudios por ser mi fe y mi fortaleza para llegar hasta aquí, a mis padres y hermanas por ser ese apoyo incondicional para cumplir mis metas, por sus consejos por enseñarme que nada en la vida es fácil que siempre hay obstáculos y por enseñarme que con responsabilidad se puede cumplir con los sueños que uno se propone, gracias por el apoyo brindado, cariño y comprensión el cual hicieron que culmine con esta etapa muy importante para mí. A mi tutor de trabajo de integración curricular Msc. Luis Ramiro García Revelo por la dedicación y apoyo brindado durante este proceso de titulación. Finalmente, a cada uno de los docentes de la carrera de administración pública por todos sus conocimientos brindados, para mi formación académica y personal.

Rentería Morillo Steven Aldair

## **DEDICATORIA**

A mis padres, Cecilia Fuentes y Alfonso Tupue, el pilar fundamental de mi familia gracias madre mía por siempre estar conmigo en todo momento y a ti papá que aun que no estes conmigo físicamente sé que desde allá arriba del cielo siempre quisiste que llegue hasta aquí y cumpla tu sueño de ser alguien en la vida, a mis hermanos/as Sandra, Lucia, Armando, John y Josseline que siempre me han apoyado y han compartido conmigo momentos de tristeza y alegría los cuales me daban fuerza para culminar esta etapa, a mi familia, amigos, que encada momento me brindaron su apoyo con palabras de aliento para sobresalir con una etapa más de mi vida.

Tupue Fuentes Dayana Mabel

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres Hugo Rentería y Sandra Morillo y hermanas, pilares fundamentales en mi vida, quienes me supieron enseñar a valorar el trabajo que implica conseguir metas que uno se propone alcanzar en la vida, por el apoyo en cada momento y por su aliento que con fe, esfuerzo y dedicación se puede lograr muchas cosas y que por más obstáculos que se presenten en el camino se puede alcanzar el éxito.

Rentería Morillo Steven Aldair

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	<b>12</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>13</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>I. EL PROBLEMA</b> .....	<b>16</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>19</b>
<b>1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>20</b>
1.4.1. Objetivo General .....	20
1.4.2. Objetivos Específicos .....	21
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	21
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>22</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>25</b>
<b>2.2.1. Teoría de la gobernanza</b> .....	<b>25</b>
<b>2.2.2. Teoría de la gestión pública</b> .....	<b>26</b>
<b>2.2.2.1. Gestión Publica</b> .....	<b>26</b>
<b>2.2.2.2. Nueva Gestión publica</b> .....	<b>27</b>
<b>2.2.2.3. Gestión pública</b> .....	<b>29</b>
<b>2.2.2.5. Competencias</b> .....	<b>30</b>
<b>2.2.2.6. Servicios</b> .....	<b>31</b>
<b>2.2.3. Teoría del valor público</b> .....	<b>32</b>
<b>2.2.3.1. Definición de valor público</b> .....	<b>34</b>
<b>2.2.4. Dimensiones del valor público</b> .....	<b>34</b>
<b>2.2.5. Valor Público en la Regulación Hidrocarburífera</b> .....	<b>37</b>

2.2.6. Medición del Valor Público en instituciones públicas Hidrocarburíferas .....	37
2.2.7. Importancia del Valor Público en la Regulación de empresa públicas .....	38
2.2.7. Teoría de servicio al usuario.....	39
2.2.5.1. Usuario .....	40
2.2.5.2. Formas de medir el servicio al usuario .....	40
2.2.6. Gestión institucional .....	40
2.2.6.1. Modelo SERVQUAL .....	41
2.3. Marco legal.....	43
2.3.1. Constitución de la República del Ecuador .....	43
2.3.2. Ley orgánica del servidor público.....	44
III. METODOLOGÍA.....	45
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....	45
3.1.1. Enfoque .....	45
3.1.2. Tipo de Investigación .....	46
3.2. IDEA A DEFENDER .....	49
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	49
3.3.1. Definición de variables .....	49
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....	50
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....	52
3.5.1. Población y muestra.....	52
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	54
4.1. RESULTADOS.....	54
4.1.1. Resultados de la encuesta .....	54
4.1.2. Resultados de la entrevista.....	104
Tabla 2 Análisis de resultados de la entrevista .....	104
4.2. DISCUSIÓN .....	109
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	115
5.1. CONCLUSIONES.....	115



<b>5.2. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>116</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>118</b>
<b>VII. ANEXOS.....</b>	<b>125</b>

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variables.....	104
<b>Tabla 2.</b> Análisis de resultados de la entrevista.....	102

### ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Edad.....	55
<b>Figura 2.</b> Género.....	56
<b>Figura 3.</b> Expectativa instalaciones de la agencia.....	57
<b>Figura 4.</b> Expectativa material informativo.....	58
<b>Figura 5.</b> Expectativa tecnología utilizada.....	59
<b>Figura 6.</b> Expectativa personal de la agencia.....	60
<b>Figura 7.</b> Expectativa compromisos de servicio.....	61
<b>Figura 8.</b> Expectativa compromisos de servicio.....	62
<b>Figura 9.</b> Expectativa precisión en el servicio.....	63
<b>Figura 10.</b> Expectativa precisión en el servicio.....	64
<b>Figura 11.</b> Expectativa constancia en el servicio.....	65
<b>Figura 12.</b> Expectativa resolución de problemas.....	66
<b>Figura 13.</b> Expectativa comunicación sobre cualquier cambio.....	67
<b>Figura 14.</b> Expectativa sobre disponibilidad del personal.....	68
<b>Figura 15.</b> Expectativa sobre cantidad de personal.....	69
<b>Figura 16.</b> Expectativa sobre amabilidad del personal.....	70
<b>Figura 17.</b> Expectativa sobre confidencialidad y seguridad.....	71
<b>Figura 18.</b> Expectativa sobre seguridad al interactuar.....	72
<b>Figura 19.</b> Expectativa sobre capacidad del personal.....	73
<b>Figura 20.</b> Expectativa sobre políticas.....	74
<b>Figura 21.</b> Expectativa sobre atención a necesidades específicas.....	75
<b>Figura 22.</b> Expectativa sobre resolución de consultas.....	76

<b>Figura 23.</b> Expectativa sobre paciencia del personal.....	77
<b>Figura 24.</b> Expectativa sobre asistencia en el servicio .....	78
<b>Figura 25.</b> Percepciones sobre instalaciones .....	79
<b>Figura 26.</b> Percepciones sobre material informativo proporcionado .....	80
<b>Figura 27.</b> Percepciones sobre tecnología utilizada por la agencia.....	81
<b>Figura 28.</b> Percepciones sobre apariencia ordenada y profesional personal .	82
<b>Figura 29.</b> Percepciones sobre señalización y los espacios físicos .....	83
<b>Figura 30.</b> Percepciones sobre promesas y compromisos de servicio .....	84
<b>Figura 31.</b> Percepciones sobre precisión del servicio .....	85
<b>Figura 32.</b> Percepciones sobre registro de interacciones .....	86
<b>Figura 33.</b> Percepciones sobre servicios de manera constante bajo cualquier circunstancia.....	87
<b>Figura 34.</b> Percepciones sobre resolución de problemas .....	88
<b>Figura 35.</b> Percepciones sobre respuesta a consultas .....	89
<b>Figura 36.</b> Percepciones sobre proactividad.....	90
<b>Figura 37.</b> Percepciones sobre asistencia.....	91
<b>Figura 38.</b> Percepciones sobre personal suficiente.....	92
<b>Figura 39.</b> Percepciones sobre soluciones rápidas .....	93
<b>Figura 40.</b> Percepciones sobre amabilidad.....	94
<b>Figura 42.</b> Percepciones sobre seguridad al interactuar con el personal .....	96
<b>Figura 43.</b> Percepciones sobre capacitación del personal .....	97
<b>Figura 44.</b> Percepciones sobre políticas.....	98
<b>Figura 45.</b> Percepciones sobre respuesta a necesidades .....	99
<b>Figura 46.</b> Percepciones sobre trato personalizado .....	100
<b>Figura 47.</b> Percepciones sobre interés en resolver problemas.....	101
<b>Figura 48.</b> Percepciones sobre interacción del personal.....	102
<b>Figura 49.</b> Percepciones sobre oferta de servicios.....	103

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.....	¡Error!	<b>Marcador</b>	<b>no</b>
			<b>definido.</b>
<b>Anexo 2.</b> Certificado del abstract por parte de idiomas.....			127

<b>Anexo 3.</b> Encuesta aplicada a la ciudadanía en la ciudad de Tulcán.....	129
<b>Anexo 4.</b> Entrevista aplicada a funcionarios de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019 – 2020.....	133
<b>Anexo5.</b> Evidencias de encuestas y entrevistas aplicadas en la ciudad de Tulcán.....	134

## RESUMEN

Al hablar de valor público se menciona que el gobierno busca brindar un servicio de calidad, por lo que este estudio se propuso Analizar el valor público en la prestación de servicios de la agencia de regulación y control hidrocarburífero en Tulcán por medio de la gestión institucional en el período 2019- 2020, para lo cual se adoptó un enfoque metodológico mixto cualitativo-cuantitativo, donde se realizaron entrevistas a directivos de la agencia y se aplicaron encuestas a 383 usuarios de los servicios ofrecidos, destacando entre los principales resultados que, a pesar de las claras intenciones y los esfuerzos dirigidos a mejorar la calidad y eficiencia del servicio, la agencia enfrenta desafíos considerables en la implementación efectiva de la tecnología, la capacitación del personal, la accesibilidad y la inclusión en los servicios, así como en la medición así como mejora continua basada en la retroalimentación del usuario, ya que estos desafíos sugieren que el nivel de valor público alcanzado ha sido moderado, donde se identifica una necesidad crítica de cerrar las brechas entre la planificación estratégica y la ejecución operativa, para que las mejoras en la gestión institucional se traduzcan en beneficios tangibles para los usuarios. Es así que se concluye que la retroalimentación de los usuarios subraya la necesidad de mejorar en transparencia, comunicación efectiva y adaptación de los servicios a las necesidades individuales, resaltando la importancia de un enfoque centrado en el usuario para elevar la satisfacción general y el valor público de los servicios ofrecidos.

**Palabras Claves:** valor público, servicio al usuario, empresa pública.

## **ABSTRACT**

When talking about public value, it is mentioned that the government seeks to provide a service of quality, so this study proposed to analyze the public value in the provision of services of the hydrocarbon regulation and control agency in Tulcán through institutional management in the period 2019-2020, for that a mixed qualitative-quantitative methodological approach was adopted, where interviews were conducted with agency managers and surveys were administered to 383 users of the services offered, highlighting among the main results that, Despite clear intentions and efforts aimed at improving quality and service efficiency, the agency faces considerable challenges in effective implementation of technology, staff training, accessibility and inclusion in services, as well as in measurement as well as a continuous improvement based on user feedback, as these challenges suggests that the level of public value achieved has been moderate, where identify a critical need to close the gaps between planning strategic and operational execution, so that improvements in institutional management translate into tangible benefits for users. Thus it is concluded that User feedback highlights the need for improvement in transparency, effective communication, and adaptation of services to individual needs, highlighting the importance of a user centered approach to raise overall satisfaction and public value of services offered.

**KEYWORDS:** public value, user service, public company.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación surge de la necesidad de analizar el valor público en el servicio al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019-2020, por medio de la gestión institucional, por lo que, para el desarrollo efectivo de la investigación, se establecen variables tanto dependiente como independiente y se definen objetivos claros que guiarán el estudio. Este trabajo está estructurado en cinco capítulos, detallando en cada uno la problemática específica y las teorías que sustentan la investigación.

En el Capítulo I, se detalla el problema de la investigación desde un contexto macro, meso y micro, enfocándose en determinar el valor público en el servicio al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán, por lo cual se examina la capacidad institucional, la funcionalidad, los recursos tecnológicos disponibles, entre otros aspectos. El objetivo general es "Analizar el valor público en la prestación de servicios de la agencia de regulación y control hidrocarburífero en Tulcán por medio de la gestión institucional en el período 2019- 2020", complementado con objetivos específicos y preguntas de investigación que buscan un análisis preciso y fundamentado.

En el Capítulo II, se destacan los antecedentes relevantes y los autores que aportan al campo de estudio, centrados en la regulación y control hidrocarburífero en Tulcán, de igual forma se exploran teorías y modelos pertinentes, como la Teoría Burocrática, Nueva Gestión Pública y Teorías de la organización para la administración pública, adaptándolos al contexto específico de los servicios analizados. Además, se examinan conceptos clave como Gestión Institucional, Servicios Públicos y Valor Público, junto con las leyes relevantes que enmarcan el estudio.

En el Capítulo III, se establece la metodología aplicada en la investigación de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán, misma que adopta un enfoque mixto, combinando entrevistas con funcionarios clave de la agencia y encuestas a una muestra significativa de usuarios, proporcionando una visión integral de la calidad del servicio. Además, se emplean métodos inductivos y deductivos dentro de un marco de investigación descriptiva y bibliográfica para analizar los datos y obtener conclusiones válidas.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados obtenidos a través de la metodología empleada, ya que los datos recolectados de las entrevistas y encuestas son analizados para discutir su relevancia frente a las teorías existentes, objetivos de la investigación, y la información previamente analizada, por lo que este capítulo se enfoca especialmente en determinar la calidad de los servicios de la agencia y su impacto en el fortalecimiento del valor público en Tulcán durante el periodo de estudio.

Finalmente, en el Capítulo V, se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis realizado, mismas que responden a las preguntas de investigación planteadas inicialmente y se basan en los resultados estadísticos y cualitativos obtenidos. En este capítulo se busca no solo concluir el estudio sino también ofrecer sugerencias prácticas para mejorar el servicio de la agencia de regulación y control hidrocarburífero en Tulcán, cumpliendo así con los objetivos planteados desde el inicio de la investigación.

## I. EL PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según lo señalado por Mokate y Saavedra (2016), en América Latina, la gerencia de las políticas sociales ha sido juzgada en base a tres grandes problemas: la pobreza, la desigualdad y la desconfianza. En este ámbito se menciona, además, que en el sector público generalmente se administra conforme a un mandato político sin llegar a gerenciar el mismo, evitando con ello un liderazgo efectivo o bien la generación de innovación en el mismo campo perdiendo así la oportunidad de configurar un valor agregado a través de las intervenciones públicas que se ejecutan. En este sentido se desea releva r el enfoque de gerencia social, que tenga como objetivo el desarrollo social, lo cual se traduce en la creación de valor público. Bajo este concepto, formulado por primera vez por Moore en 1995, es que define el valor público como una definición abstracta y más ambigua que el valor privado, pero que entrega legitimidad a las acciones del Estado de parte de la ciudadanía, cuando sus intervenciones públicas son reconocidas y valoradas por esta última.

En consecuencia, se desea crear dos herramientas que sea capaces de medir el valor público de las intervenciones que el Estado realiza a través de sus instituciones en dos dimensiones: La primera considera aquellos componentes que crean valor público y una segunda que considere la gerencia social como una gestión del valor público. Los Servicios de Atención al usuario en la agencia de regulación y control hidrocarburífero por parte de la institución pública en el Ecuador se ha visto interferida en grandes problemáticas, y una de ellas se presenta a causa de que el ciudadano no se encuentra conforme en su gran mayoría con el servicio brindado, a esto se le agrega el hecho de que el valor público es el que da la satisfacción al y los ciudadanos, por el cual no alcanza los niveles que se plantea en cada uno de los objetivos que indica esta organización o entidad pública mencionada anteriormente (Rojas, 2018).



En el Ecuador el servicio de atención al usuario dentro de la agencia de regulación y control hidrocarburífero no cumple de manera ineficiente con las expectativas de los ciudadanos, lo que genera insatisfacción con los servicios brindados dentro de esta institución, se argumenta que el valor público no cumple con cada necesidad que tienen los ciudadanos, ni con los objetivos que son mencionados en cada institución pública a través de la percepción ciudadana.

Cabana et al. (2020) plantea que, en estos tiempos, la importancia del monitoreo en las entidades públicas se ha vuelto crucial, ya que es esencial para el buen funcionamiento y la efectividad de la administración gubernamental. Se establecen mecanismos de control para identificar rápidamente cualquier desviación de los objetivos fijados por la organización y para minimizar imprevistos. Estos controles son vitales para aumentar la eficiencia, la efectividad y la economía en el uso de recursos, disminuir el riesgo de depreciación de activos y asegurar la precisión de los informes financieros, así como la adherencia a las leyes y regulaciones existentes. Por lo tanto, es crucial que reciban respaldo completo del más alto nivel de la institución

A nivel regional, los problemas mencionados anteriormente afectan gravemente la percepción de los usuarios, dado que la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán no logra implementar adecuadamente la prestación de servicios. Además, la cobertura insuficiente en áreas críticas de la región facilita la persistencia de prácticas inadecuadas en el sector, generando preocupación y desconfianza entre la ciudadanía. Este sentimiento de insatisfacción se debe a que las deficiencias en la regulación y control se extienden, afectando la calidad del servicio y, en última instancia, la calidad de vida de la población.

A pesar de la amplia gama de competencias asignadas a la ARCH, existen desafíos significativos en la implementación efectiva y en la gestión de las expectativas de los usuarios del servicio. Por ejemplo, en el proceso de otorgamiento de permisos y licencias, los retrasos o la falta de transparencia pueden afectar negativamente la percepción de eficiencia y equidad de la agencia, además, la supervisión y fiscalización de las actividades hidrocarburíferas son esenciales para la seguridad y el medio ambiente, pero las insuficiencias en estos ámbitos podrían comprometer la confianza pública y el valor percibido de los servicios proporcionados.

El análisis del valor público en el servicio al usuario por parte de la ARCH en Tulcán durante 2019-2020 requiere una evaluación detallada de cómo estas competencias se han ejercido en un contexto regional específico y en un periodo marcado por desafíos únicos, incluyendo la pandemia de COVID-19, la capacidad de la agencia para adaptar y mantener la calidad de sus servicios en estas circunstancias es crucial para evaluar su eficacia, así como el impacto en el valor público generado.

La relación entre las competencias de la ARCH y el valor público generado se manifiesta en la satisfacción del usuario, la percepción de integridad y la confianza en la capacidad de la agencia para proteger el bienestar público y promover un sector hidrocarburífero sostenible, por lo que la identificación de brechas en la ejecución de competencias y su impacto en el valor público es fundamental para proponer mejoras y fortalecer la función de la agencia en el servicio al usuario.

En la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero de Tulcán, se han reportado deficiencias significativas en estos aspectos, especialmente durante el periodo 2019-2020, ya que estos problemas se han manifestado en retrasos en el otorgamiento de permisos y licencias, falta de claridad en los procesos y una supervisión insuficiente de las actividades hidrocarburíferas, lo que ha llevado a una percepción negativa de la eficacia y equidad de la agencia.

La situación en Tulcán es compleja debido a la falta de empatía y eficacia en la interacción entre el personal de la agencia y los usuarios, lo que ha sido ampliamente criticado por la ciudadanía, por lo que esta percepción de ineficiencia y falta de transparencia compromete la confianza en la capacidad de la ARCH para proteger el bienestar público y promover prácticas seguras y sostenibles en el sector hidrocarburífero.

El análisis del valor público en el servicio al usuario por parte de la ARCH en Tulcán requiere una evaluación detallada de cómo estas competencias se han ejercido y cuál ha sido su impacto en la satisfacción y la percepción ciudadana, por lo que identificar las brechas y deficiencias en la prestación del servicio es fundamental para proponer mejoras que puedan aumentar el valor público y fortalecer la función de la agencia en el servicio al usuario.

Es así que se busca no solo evaluar las deficiencias actuales sino también formular estrategias que mejoren la relación entre el servicio al usuario, así como la creación

de valor público, esenciales para la recuperación de la legitimidad y la eficacia de la intervención pública en un sector tan crucial como el hidrocarburífero.

En este contexto, el obsoleto equipamiento tecnológico y la falta de cooperación eficaz entre los organismos reguladores y controladores de hidrocarburos en Tulcán impiden alcanzar los objetivos de la agencia, lo que repercute directamente en la calidad del servicio al usuario. La desactualización tecnológica y la inadecuada vigilancia de las operaciones mantienen desafíos significativos en la regulación efectiva, haciendo que los servicios críticos se vuelvan vulnerables. Por lo tanto, la percepción del valor público no coincide con la propuesta de valor que plantea la Administración Pública, ya que los usuarios se sienten insatisfechos con la calidad de los servicios regulados y su experiencia al interactuar con la agencia es deficiente.

Teniendo en cuenta que el Estado es responsable de garantizar servicios eficientes y seguros, como la regulación y control hidrocarburífero, se torna imprescindible abordar estas ineficiencias para mejorar la calidad de los servicios y aumentar el valor público en Tulcán. Resolver estos problemas no solo mejorará la percepción de los usuarios, sino que también fortalecerá la seguridad, la economía y la sostenibilidad en la región.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

2. ¿Cuál es el nivel del valor público del servicio al usuario en la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán del 2019 – 2020?

### **2.1. JUSTIFICACIÓN**

En la presente investigación se pretende analizar la calidad de la prestación de servicios al usuario dentro de la agencia de regulación y control Hidrocarburífero en la ciudad de Tulcán para fortalecer el valor público. Esto se lo realiza con el fin de brindar a la ciudadanía información adecuada en la actualización de datos, servicio de información para satisfacción al usuario ya que este servicio es indispensable para las familias por lo cual creemos que deben ser reguladas por el personal de la institución, generando resultados positivos en la calidad de prestación de los servicios, cada uno de los servidores públicos debe saber el valor que tiene el usuario y la atención que le debe brindar para complacencia del usuario y poder satisfacer

sus necesidades dentro de la agencia de regulación y control Hidrocarburífero de la ciudad de Tulcán.

Al hablar de valor público se menciona que el gobierno busca brindar un servicio de calidad, busca distintas estrategias para mejorar el servicio al usuario cumpliendo con las expectativas que adquiere cada uno de los ciudadanos, para dar solución a los problemas de la población con respecto a la transparencia y la eficiencia del servicio a la ciudadanía. La creación del valor público permite fortalecer la institucionalidad y la gobernabilidad de la agencia de regulación y control Hidrocarburífero. Los elementos fundamentales dentro del desarrollo del valor público son: los servicios orientados a mejorar la condición ciudadana, cambios que impliquen el bienestar de las personas y la confianza que es la más primordial ante el usuario, una parte fundamental dentro del valor público es la participación ciudadana en la que ayuda a generar el valor público.

Los empleados públicos son la parte primordial para brindar un buen servicio para la disposición a las necesidades de la población, debido a que estos funcionarios públicos conocen los problemas de los usuarios, conocen las expectativas por la cual ellos requieren el servicio, ellos son el servicio y los responsables de la atención brindada, son la imagen de la institución. La Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífera se encarga de garantizar el aprovechamiento óptimo de recursos hidrocarburíferos, velar por la eficiencia de la inversión pública y de los activos productivos en el sector de los hidrocarburos, con el fin de precautelar los intereses de la sociedad, mediante la efectiva regulación y el oportuno control de las operaciones y actividades relacionadas.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar el valor público en la prestación de servicios de la agencia de regulación y control hidrocarburífero en Tulcán por medio de la gestión institucional en el período 2019- 2020.

#### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el valor público de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán en la gestión institucional 2019 – 2020.
- Determinar la percepción en la prestación de servicios de la atención al usuario en la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán 2019- 2020.
- Establecer el nivel de valor público en los servicios sobre la atención al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero en la ciudad de Tulcán, periodo 2019- 2020.

#### 1.4.3. Preguntas de Investigación

¿Cuál es el valor público de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán en la gestión institucional 2019 – 2020?

¿Cuál es la percepción ciudadana en la prestación de servicios de la atención al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán 2019- 2020??

¿Cuál es el nivel que del valor público en los servicios de atención al usuario en la agencia de regulación y control hidrocarburífero en la ciudad de Tulcán, periodo 2019- 2020??

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para Tejada (2021) "el valor público" se refiere al valor creado por el Estado a través de servicios, leyes, regulaciones y otras acciones. En una democracia, este valor es definido en última instancia por el público mismo. El valor es determinado por las preferencias ciudadanas expresadas a través de una variedad de medios y reflejados a través de las decisiones de los políticos electos. De esta manera, "el concepto de valor público provee entonces una medida con la cual se puede evaluar el desarrollo de las políticas y las instituciones públicas, la forma" en que toman las decisiones, distribuyen los recursos y seleccionan los sistemas adecuados para generar los bienes". Grosso modo, "el valor público es aquello que el público valora". Específicamente, se refiere al valor que los ciudadanos obtienen de las actividades de los organismos públicos. Un servicio público tiene un fin y "un valor que son autorizados, acordados y apropiados por el público". Para ello los servicios públicos deben ser proveídos de manera eficiente, confiable y, principalmente, deben responder a lo que el público necesita. Como en cualquier empresa privada, para que el proveedor sepa qué es lo que el usuario necesita debe interactuar y comunicarse con él. En el sector público la relación entre organismo gubernamental y público debe ser similar. El organismo busca "formar las preferencias de los ciudadanos, pero también aprenden de ellos, de sus opiniones intereses, experiencia y conocimiento colectivo".

Moore realizó algunas precisiones al concepto de "valor público", indicando que algo es públicamente valioso cuando se trata de condiciones públicas focalizadas en algún bienestar material y con un grado de consentimiento y acuerdo colectivo, con una opinión construida de alguna comunidad política. Así, el valor público puede ser no lo que comúnmente se presume que es: el máximo bienestar para el máximo número de individuos alcanzados a través del libre mercado. "Puede perfectamente ser más bien aquello que nosotros, en tanto individuos, deseamos como condiciones

públicas en las cuales nos gustaría vivir, y aquello que colectivamente acordamos que nos gustaría lograr juntos, utilizando el poder del Estado" (Bazán & Robles, 2018)

El valor público, entendido como el valor que los y las ciudadanos dan a los bienes y servicios recibidos del estado si éstos satisfacen una necesidad sentida con calidad y oportunidad, es un mecanismo potente para el logro del desarrollo sostenible. El concepto no solo permite confluir objetivos sociales, económicos y ambientales en definiciones estratégicas e intervenciones de las instituciones públicas, sino también admite los principios para una implementación indivisible, universal, participativa y democrática (Arenas, 2021).

Los investigadores dan a entender que el valor público se basa en brindar un buen servicio al usuario y lograr una mayor satisfacción ante los ciudadanos por parte de los servidores públicos, cada persona tiene derecho hacer tratada con respeto, en cada uno de las ventanillas en las cuales se brinda o se presta información de acuerdo a lo requerido. El servicio al usuario depende de los trabajadores de la agencia de regulación hidrocarburífero para que el ciudadano tenga una buena impresión sobre el servicio brindado

Pérez et al. (2021) argumenta que La atención pública contemporánea se centra en crear nuevas modalidades de valor público y en la digitalización fundamental de los servicios y procesos gubernamentales. Esto requiere incorporar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) desde las etapas iniciales de la reforma del sector público. La transformación hacia un gobierno digital se ve influenciada significativamente por el nivel de desarrollo de la interoperabilidad, la cual es esencial para ofrecer servicios al ciudadano que sean eficientes, efectivos, simplificados y seguros bajo una visión cohesiva. El objetivo es fomentar la capacidad para un intercambio de información fácil, protegido y claro entre las entidades gubernamentales, la sociedad y el sector privado, contribuyendo así a una mejor prestación de servicios a la comunidad.

La atención al usuario en las instituciones estatales es un componente crítico en la creación y entrega de valor público. Este enfoque se centra en entender y satisfacer las necesidades y expectativas de los ciudadanos, asegurando que los servicios proporcionados sean accesibles, pertinentes y de alta calidad. Al poner al usuario en el centro de las políticas y servicios, las instituciones no solo mejoran la eficiencia y efectividad de su gestión, sino que también fomentan la transparencia, la confianza

y la participación ciudadana. El valor público, en este contexto, se manifiesta como el beneficio colectivo derivado de servicios estatales que no solo cumplen con sus objetivos funcionales, sino que también promueven la inclusión, el empoderamiento y el bienestar general. Así, la atención al usuario no es solo un deber ético y legal de las instituciones estatales, sino también una estrategia fundamental para mejorar la calidad de vida de la población y fortalecer la estructura democrática de la sociedad (Medrano, 2020).

La Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero - ARCH, fue creada en la Ley Reformativa a la Ley de Hidrocarburos y a la Ley de Régimen Tributario Interno, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 27 de julio de 2010, que en su Art. 11 dice: Créase la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero, ARCH, como un organismo técnico administrativo, encargado de regular, controlar y fiscalizar las actividades técnicas y operacionales en las diferentes fases de la industria hidrocarburífera, que realicen las empresas públicas o privadas, nacionales, extranjeras, empresas mixtas, consorcios, asociaciones u otras formas contractuales y demás personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras que ejecuten actividades hidrocarburíferas en el Ecuador (Agencia De Regulación Y Control Hidrocarburífero, 2020)

Zegarra et al. (2021) detalla que la ausencia de un plan sostenible y la falta de transparencia pública fomentan la desconfianza hacia los líderes políticos actuales. Esta situación se agrava por su limitada o inexistente experiencia en administración pública, lo que no solo ensombrece su gestión, sino que también restringe la capacidad de realizar inversiones significativas en obras que podrían aliviar la pobreza en sus comunidades. No obstante, según los análisis, es posible revertir esta tendencia actuando en beneficio de los ciudadanos, ofreciendo servicios eficientes, comunicando de manera transparente las acciones gubernamentales y evitando conductas inapropiadas que menoscaben el valor público, por lo que estas medidas pueden influir positivamente en la percepción y eficacia del gobierno.

Finalmente, Soledispa et al. (2020) plantea que las modificaciones y evoluciones en cualquier sector de la sociedad o en las estructuras institucionales son generalmente beneficiosas, siempre que se alcancen los objetivos propuestos inicialmente. Este principio también se aplica al Estado, el cual busca garantizar el bienestar de sus ciudadanos, ya que la administración pública es el vehículo a través del cual se concretan estas gestiones hacia la población. Sin embargo, el desafío surge cuando la gestión pública se torna ineficiente y no logra abordar efectivamente los problemas, a menudo debido a la burocracia y los obstáculos administrativos



prevalecientes. Por esta razón, muchas veces se aspira a que la administración pública emule la eficiencia y la efectividad en la gestión de recursos característica del sector privado. La gestión pública implica la coordinación estratégica de las actividades de las entidades estatales con sus misiones y objetivos, alineándolas con las directrices del Plan Nacional de Desarrollo, con el fin de asegurar que las decisiones de planificación concuerden óptimamente con las acciones ejecutadas y reflejadas en el presupuesto anual.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### 2.2.1. Teoría de la gobernanza

La teoría de la burocracia de Weber consiste en una forma de organización jerárquica del trabajo donde los funcionarios o trabajadores están especializados en su campo y funciones. Para Weber, la burocracia es un instrumento de dominación. Weber establece las condiciones para que una persona con poder justifique su legitimidad; además, explica cómo los sujetos sobre los que se ejerce tal poder son sometidos a él. Además de legitimar el poder, para que sea posible el ejercicio del poder es necesario cierto grado de organización administrativa (Azüero, 2020).

La organización administrativa de tipo burocrático planteada por Weber proporcionará el más alto grado de eficacia en el trabajo y la organización. El objetivo de tal organización será resolver los problemas de la sociedad, y por extensión los de la empresa. Como características positivas de su teoría de la burocracia versus otros tipos de organización del trabajo, Weber defiende que esta es: precisa, rápida y uniforme, entre otras. Además, destaca que su organización ahorra costos objetivos y personales (Mitjana, 2019).

Es así que la teoría burocrática es un conjunto de actividades en donde se puede atender distintos asuntos teniendo en cuenta la intervención de una administración por parte de los servidores públicos los cuales son imagen y representación de cada una de las instituciones públicas en donde prestan sus servicios, ocupando sus puestos de trabajo de acuerdo a sus conocimientos o campo de trabajo en donde son asignados para solventar inquietudes de las y los ciudadanos a los cuales están prestando sus servicios, así como mejorar la distribución para lograr resolver los problemas y satisfacer las necesidades de la sociedad.

## 2.2.2. Teoría de la gestión pública

Christopher Hood en su artículo "A Public Management for All Seasons?" propone una serie de reformas orientadas a mejorar la eficiencia y la efectividad del sector público, inspirándose en prácticas y principios del sector privado. La Nueva Gestión Pública enfatiza la importancia de establecer objetivos claros y mensurables, la rendición de cuentas, la descentralización, la competencia a través de la externalización y la privatización de servicios, y una orientación hacia la satisfacción del usuario o ciudadano. Hood argumenta que estos enfoques buscan transformar las burocracias lentas y centradas en las reglas en organizaciones más ágiles y orientadas al desempeño. Sin embargo, esta teoría también ha sido objeto de críticas, especialmente en cuanto a su aplicabilidad en diferentes contextos culturales y políticos, y su impacto en los valores del servicio público como la equidad y la transparencia (Guerrero, Carranza, Barrantes, & Bravo, 2022).

### 2.2.2.1. Gestión Pública

La gestión pública se define como el conjunto de procesos, estrategias y prácticas empleadas por las entidades gubernamentales y las organizaciones del sector público para implementar políticas y proveer servicios a la ciudadanía. Esta disciplina abarca una amplia variedad de actividades, desde la planificación y ejecución de políticas hasta la administración de recursos y la entrega de servicios. La esencia de la gestión pública reside en su objetivo principal: servir al interés público de manera efectiva, eficiente, equitativa y ética. Esto implica no solo la administración competente de los recursos financieros, humanos y materiales, sino también la adaptación a las cambiantes necesidades y expectativas de la sociedad, manteniendo un enfoque en la transparencia, la responsabilidad y la mejora continua (Huiman, 2022).

En la gestión pública, la toma de decisiones se orienta por principios de gobernabilidad democrática, buscando equilibrar la eficiencia operativa con la inclusión y participación ciudadana. Esto incluye considerar aspectos como la equidad, el acceso a servicios, la sostenibilidad y el respeto a los derechos humanos. La gestión eficaz en el sector público también requiere una comprensión profunda de la política, la economía y la sociedad, ya que las decisiones y acciones del gobierno tienen impactos significativos en todas estas áreas. Además, la innovación y la adaptación al cambio son cruciales en un mundo donde los desafíos sociales, tecnológicos y ambientales evolucionan rápidamente. En este sentido, los gestores públicos deben estar preparados para adoptar nuevas herramientas y enfoques,

siempre con el objetivo de mejorar la vida de las personas y promover el bienestar colectivo (Blas, Uribe, & Revilla, 2022).

Se puede manifestar que la gestión pública es una labor para mantener el buen manejo de los recursos y que se cumpla adecuadamente paso a paso para lograr cada uno de los objetivos de las instituciones o entidades públicas administrativas

#### 2.2.2.2. Nueva Gestión pública

De acuerdo a Guillermo M. Cejudo (2018) la nueva gestión pública (NGP) es un término frecuentado en las últimas décadas, primero en países anglosajones y luego en el mundo entero, para denotar un conjunto de decisiones y prácticas administrativas orientadas a flexibilizar estructuras y procesos y a introducir mayor competencia en el sector público, con el propósito de mejorar los resultados de la acción gubernativa. La NGP ha seguido la ruta usual de las novedades administrativas: gran entusiasmo inicial que encuentra críticas y resistencias; difusión de términos, prácticas y estrategias de reforma; resultados mixtos (algunas iniciativas tienen éxito y son emuladas, otras fracasan); intentos por explicar sus alcances y, finalmente, su normalización, al volverse parte del repertorio habitual (ya sin expectativas desbordadas) de instrumentos de gestión, no obstante los numerosos llamados a decretar su obsolescencia.

En sus orígenes, en los países anglosajones durante los años ochenta, la NGP fue impulsada como una solución a los problemas de la vieja burocracia, como la respuesta a los dilemas de un gobierno en crisis fiscal y como la conjugación de los mejores instrumentos de gestión del sector privado con la vocación pública del gobierno. Al mismo tiempo, fue cuestionada desde varios frentes. Hubo quienes desde una posición simplificadora negaban novedad a sus propuestas (alegando que se trataba de "vino viejo en odres nuevos"), quienes la acusaban de ser la aplicación de un modelo neoliberal en la administración pública y quienes la desechaban como la adopción acrítica de ideas del sector privado en el ámbito público. Como todas las exageraciones, estas afirmaciones tienen algo de verdad, pero no recuperan la complejidad ni permiten dilucidar los componentes de la NGP, sus orígenes intelectuales ni su potencial utilidad en ámbitos concretos.

Afortunadamente, junto a la retahíla de defensores a ultranza y críticos acérrimos se ha desarrollado, particularmente desde los años noventa, una corriente de

investigación sólida que ha buscado explicar por qué ciertas herramientas empezaron a ser utilizadas en varios países para hacer frente a nuevos problemas en la administración del sector público. En esta tradición hay textos esenciales que intentan estudiar los procesos de reforma, evaluar sus alcances, entender sus resultados, diagnosticar sus límites, descifrar las diferencias entre países y entender su potencial utilidad en situaciones diversas. En la presente antología se presentan textos en esta última vertiente: no se encuentran proclamas sobre revoluciones globales que transformarían los gobiernos, pero tampoco alertas acerca de los peligros de reformas perversas. El lector encontrará estudios analíticos sobre la NGP, no recetas ni doctrinas (Cejudo, 2018).

Luis F. Aguilar Villanueva menciona que (20017) plantea que la Nueva Gestión Pública En la retórica política y académica los motivos de la reforma administrativa contemporánea probablemente serán positivos, nobles y hasta superiores, vinculados a una idea grandiosa o responsable de la misión pública que el estado protagoniza, pero en los hechos la reforma administrativa ha sido una obligada respuesta a los problemas crecientes de operación del gobierno, a los déficits fiscales de los estados sociales y a los tristes hechos de políticas económicas erróneas en los que el gobierno se ha exhibido como agente de desgobierno. La reforma administrativa es en los hechos una respuesta a las concretas debilidades del estado y es resultado de sus ineptitudes e improductividades, no de sus grandes fortalezas, sean las reales, las imaginadas o las predicadas. La reforma emerge en respuesta al hecho empírico de estados débiles y fallas de gobierno. Sus raíces ahondan en la tierra de la incapacidad, la insuficiencia, la ineficiencia y hasta la irresponsabilidad pública de los gobiernos, que a su vez detonaron movimientos políticos de democratización del régimen y reformas institucionales, a fin de no repetir una historia oscura de errores e incapacidades. Esto es algo inocultable, por lo menos en muchos estados (latinoamericanos y no) y éste es el punto de partida de las reformas administrativas en el mundo.

Si administración significa básicamente el conjunto de actividades directivas y operativas que múltiples agentes llevan a cabo para realizar de manera eficaz y eficiente las decisiones que la alta dirección de una organización ha tomado, fue lógico que los errores y las ineficiencias de los gobiernos se atribuyeran a defectos y desordenes del aparato de la AP y que se señalaran como críticos o fatales varios puntos de la administración, tales como el manejo financiero, la elaboración de los planes, políticas, programas y procedimientos, la asignación presupuestaria de recursos, la forma burocrática de organización del trabajo gubernamental, la gestión

de los recursos humanos y físicos, el seguimiento y la evaluación de las operaciones y sus resultados, el control interno, el trato con los ciudadanos, etc. Uno de los efectos del quebranto hacendario de los estados sociales, particularmente de nuestros estados desarrolladores, fue culminar y exhibir la incompetencia de la AP en su núcleo esencial y distintivo: la eficacia y la eficiencia de sus operaciones y servicios (hoy añadiríamos su calidad). La crisis fiscal y política compendiaba el hecho real y la percepción social de que era amplia la brecha entre la agenda de gobierno y los resultados del gobierno, entre los resultados públicos prometidos y los resultados efectivamente producidos por la acción gubernamental. Seguramente la ineficacia gubernamental tenía sus causas de fondo en formatos institucionales o en realidades políticas, y no era imputable sólo al modo burocrático de organizarse y operar de la administración, pero ésta constituía el factor causal inmediato y visible de la ineficacia gubernamental y era el factor que materializaba toda la constelación de defectos, desórdenes e incapacidades legales, financieras, organizativas, directivas, técnicas, operativas de la acción gubernamental (Villanueva & Aguilar, 20017).

La corriente de la Nueva Gestión Pública surge como respuesta a la redefinición del papel del Estado, así como a una evolución del término "administración pública", el cual está ahora relacionado con un paradigma más burocrático y tradicional. La Nueva Gestión Pública en cambio, introduce principios como la necesidad del a reducción del tamaño del Estado, la orientación hacia el ciudadano/ usuario, la descentralización, gestión organizativa más horizontal, la transparencia y la rendición de cuentas, etc. Se empezó a implementar principalmente en Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda y después empezó a generalizarse por los países democráticos de occidente. En América Latina, la tendencia a reformar el Estado desde la perspectiva de esta corriente tuvo mucha acogida – al menos en el mundo académico- pues se fortaleció debido a que coincidió con el proceso de democratización de muchos países que acaban de dejar gobiernos dictatoriales y /o militares. Ana Sanz sostiene que hoy en día "las virtudes del modelo de burocracia de Weber se han convertido en los puntos débiles de las administraciones contemporáneas (Brigida & Zandra, 2018).

### 2.2.2.3. Gestión pública

La gestión pública es el conjunto de operaciones y procesos dirigidos específicamente a llevar a cabo la administración de los recursos de organizaciones o entidades públicas. En ese sentido, tanto empresas públicas como instituciones de

la Administración recurren a sus mecanismos para llevar a cabo la organización y el funcionamiento cotidiano de las mismas. Siguiendo dicho punto, la gestión pública cuenta con una responsabilidad destacada: la identificación de problemas existentes en un territorio o las necesidades a ser cubiertas desde el punto de vista de sus comunidades. Dichos aspectos deben ser núcleos de la respuesta de lo público en términos de estrategias organizacionales o planes de acción. (Galán, 2020)

Es así que la gestión pública como se mencionó anteriormente está destinada a mejorar la administración de muchos recursos dentro de las instituciones públicas en la cual se podría mencionar que todos están dispuestos a cumplirse, también está dispuesta a solucionar problemas y a la satisfacción de necesidades de la sociedad con respuestas claras respecto a su administración.

#### 2.2.2.4. Agencia de regulación y control Hidrocarburífero

La Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARCH).- Créase la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero, ARCH, como organismo técnico-administrativo, encargado de regular, controlar y fiscalizar las actividades técnicas y operacionales en las diferentes fases de la industria hidrocarburífera, que realicen las empresas públicas o privadas, nacionales, extranjeras, empresas mixtas, consorcios, asociaciones, u otras formas contractuales y demás personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que ejecuten actividades hidrocarburíferas en el Ecuador. (Ministerio de Recursos Naturales y Energéticos, 2010)

La agencia de regulación es la que se encarga de satisfacer una de las necesidades de los ciudadanos en donde cumple con actividades de regular, controlar los recursos energéticos y recursos naturales no renovables y la más importante es como está representada esta institución por parte de los servidores público en donde busca la satisfacción de los usuarios.

#### 2.2.2.5. Competencias

La Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARCH) en Ecuador es la entidad encargada de regular y controlar las actividades dentro de la cadena de los hidrocarburos, asegurando el cumplimiento de las leyes, regulaciones, y normativas pertinentes en el sector, destacando entre sus competencias las siguientes:

**Regulación:** Establecer las normativas y regulaciones que deben seguir las empresas y entidades involucradas en la exploración, explotación, refinación, transporte, almacenamiento, distribución, y comercialización de hidrocarburos.

**Control:** Vigilar y asegurar el cumplimiento de las regulaciones y normativas del sector hidrocarburífero. Esto incluye la supervisión de las operaciones y actividades de las empresas para garantizar que se adhieran a las leyes ambientales, de seguridad, y otras leyes relevantes.

**Otorgamiento de Permisos y Licencias:** La ARCH es responsable de emitir los permisos y licencias necesarios para la realización de actividades relacionadas con los hidrocarburos, como la exploración, explotación, y transporte.

**Supervisión de Tarifas:** Regular y supervisar las tarifas aplicables a las actividades del sector, asegurando que sean justas y estén alineadas con las políticas del gobierno.

**Fiscalización:** Realizar inspecciones y auditorías a las instalaciones y operaciones de las empresas del sector para asegurar el cumplimiento de las regulaciones establecidas.

**Gestión Ambiental:** Asegurar que las actividades hidrocarburíferas se realicen de manera sostenible, minimizando el impacto ambiental y promoviendo la conservación del medio ambiente.

**Protección al Consumidor:** Velar por los derechos de los consumidores, asegurando la calidad y el suministro adecuado de los productos hidrocarburíferos (Ministerio de Hidrocarburos, 2018).

#### 2.2.2.6. Servicios

La Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARCH) de Ecuador ofrece una gama de servicios dirigidos a asegurar el cumplimiento de las normativas y la promoción de la eficiencia y seguridad en el sector hidrocarburífero. A continuación, se detallan algunos de los servicios principales que ofrece esta entidad:

**Emisión de Licencias y Permisos:** La ARCH es responsable de otorgar licencias y permisos para las diversas actividades dentro de la cadena de valor de los hidrocarburos, incluyendo exploración, explotación, refinación, transporte, almacenamiento, y comercialización.

**Inspección y Control:** Realiza inspecciones regulares y controles a las instalaciones y operaciones hidrocarburíferas para asegurar el cumplimiento de las normativas vigentes, incluyendo aspectos de seguridad, medioambientales y de calidad.

**Regulación de Tarifas:** Establece y supervisa las tarifas aplicables a los diferentes servicios y productos del sector hidrocarburífero, buscando un equilibrio entre la sostenibilidad del sector y la protección al consumidor.

**Supervisión de Mercados:** Vigila las prácticas de mercado dentro del sector hidrocarburífero para prevenir monopolios o prácticas desleales que puedan afectar la competencia o los precios.

**Atención a Denuncias y Reclamos:** Ofrece un canal para que los ciudadanos y empresas puedan presentar denuncias o reclamos relacionados con las actividades hidrocarburíferas, asegurando un proceso de revisión y respuesta adecuado.

**Información y Transparencia:** Provee información relevante sobre el sector hidrocarburífero, incluyendo estadísticas, regulaciones, procedimientos para la obtención de permisos, y otros datos de interés público.

**Promoción de Buenas Prácticas:** Fomenta la adopción de buenas prácticas en el sector, incluyendo la eficiencia energética, la protección ambiental, y la seguridad operacional.

**Capacitación y Asesoramiento:** ofrece programas de capacitación y asesoramiento técnico a empresas y operadores del sector para asegurar el cumplimiento de las normativas y la adopción de mejores prácticas (Ministerio de Hidrocarburos, 2018).

### 2.2.3. Teoría del valor público

La teoría del valor público, que se desarrolla principalmente en el contexto de la administración pública, propone un marco para mejorar la efectividad del sector público al enfocarse en la creación de valor para la sociedad, siendo uno de los autores destacados en este ámbito es Mark H. Moore, quien, en su obra, insiste en la idea de que las organizaciones públicas deben perseguir la creación de valor público y no simplemente la eficiencia operativa. Argumenta que los gestores públicos deben considerar las preferencias y valores de la ciudadanía así como utilizar su juicio profesional o habilidades políticas para definir y alcanzar objetivos que generen valor social real (Calle, 2021).

Otro autor significativo en este campo es John M. Bryson. Bryson, conocido por sus contribuciones en la planificación estratégica para organizaciones públicas y sin fines de lucro, centra su enfoque en cómo estas entidades pueden identificar y alcanzar



objetivos de valor público, ya que la creación de valor público no solo involucra la prestación de servicios eficientes sino también la deliberación democrática así como la colaboración para determinar qué se valora en la sociedad, por lo que el autor destaca la importancia de la participación de múltiples partes interesadas en el proceso de definición de lo que constituye el valor público (Salas, 2022).

Los autores citados previamente ofrecen perspectivas complementarias que subrayan la importancia de la responsabilidad, la transparencia, y la participación ciudadana en la gestión pública.

El valor que se busca en los funcionarios públicos no es la rentabilidad económica o patrimonial. Es un valor que compense las restricciones a la libertad del ciudadano y al costo de oportunidades que le generamos por el cobro de los impuestos. Y por ello, el valor público solo puede ser algo muy valioso, si sirva a la "satisfacción de necesidades básicas", al "bienestar general", al "beneficio social", etc. Lo decimos bien claro: no importará que un gestor público alcance los objetivos trazados en la Ley o en los reglamentos, si ello no se traduce real y efectivamente en satisfacción de necesidades básicas de los ciudadanos, ¡no habrá generado ningún valor público!

Ahora debemos precisar que el "valor público" tiene tres (3) dimensiones:

1. Dimensión Política: Aquí el gestor público debe tener bien en claro que apoyo político y legal obtendrá su propuesta de acción. Efectivamente, de nada sirve que el gestor trabaje más de las 8 horas legalmente establecidas y presente una gran propuesta técnica, si ella chocará contra el momento político, o las creencias ideológicas de su jefe. Por ello debe preguntarse ¿Qué expectativas hay?
2. Dimensión sustantiva: Aquí el gestor público deberá verificar si al alcanzar su objetivo generará valor. Muchas veces nos esforzamos por alcanzar el objetivo que nos han dado nuestros jefes, y no nos preocupamos de verificar que ese es el objetivo que necesitamos para satisfacer una necesidad. Por ello, el gestor debe preguntarse si alcanzar este objetivo ¿es valioso, es eficaz?
3. Dimensión administrativa: Aquí el gestor público debe hacer un análisis administrativo u operativo y verá si su gestión es sostenible. Deberá preguntarse ¿es viable técnicamente? Si el funcionario o gestor público considera que, al evaluar el desempeño de sus labores, ha respondido afirmativamente las tres

dimensiones, estará encaminado a la generación de valor público. (Gálvez, 2019).

### 2.2.3.1. Definición de valor público

El valor público es un concepto que se refiere a la creación de beneficios y mejoras en la sociedad por parte de entidades gubernamentales y organizaciones del sector público, por lo que esta noción va más allá de la simple eficiencia o eficacia operativa, enfocándose en cómo las acciones, así como políticas contribuyen al bienestar social, la calidad de vida y la satisfacción de las necesidades y expectativas de la ciudadanía. El valor público se logra a través de la colaboración entre diversas partes interesadas, incluyendo el gobierno, el sector privado, organizaciones sin fines de lucro y los ciudadanos, quienes juntos definen y persiguen objetivos que reflejan valores, deseos y aspiraciones comunitarias. Así, el valor público se manifiesta en servicios públicos mejorados, una mayor confianza en las instituciones y políticas que promueven la equidad, la justicia y la inclusión social (Montecinos & Contreras, 2019).

Desde la planificación de políticas públicas, el valor público es el centro de una gestión por resultados, ya que en la elaboración de presupuestos se financia la producción del valor que se quiere generar a través del gasto público. En la implementación, se produce oportunamente y en forma eficiente el valor público con la calidad deseada. En el monitoreo, se identifican los posibles cambios y correcciones que se deben hacer principalmente al proceso de implementación, pero también generando información valiosa que permite ajustar todas las etapas del ciclo de gestión por resultados. En la evaluación de las políticas y programas públicos, se mide con qué calidad, eficacia y eficiencia se genera valor público para la ciudadanía (CEPAL, 2022).

Es así que el valor público es el órgano que califica a las instituciones públicas por medio de sus servidores públicos los cuales cumplen o deben cumplir con dar la información requerida por parte de los usuarios a los cuales están adquiriendo un servicio, es aquí donde también interviene el usuario porque él es que califica al servidor público y de esa manera el valor público evalúa el desempeño de la institución pública.

### 2.2.4. Dimensiones del valor público

El concepto de valor público encapsula diversas dimensiones que reflejan la complejidad y la amplitud de lo que el sector público puede y debe ofrecer a la sociedad, mismas que no solo abarcan la provisión eficiente de servicios, sino que también incluyen aspectos como la calidad y accesibilidad de estos servicios, la

satisfacción de las necesidades ciudadanas, la equidad en la distribución de recursos, la transparencia y la rendición de cuentas, así como la promoción de la participación ciudadana y el capital social (Reyes & Veliz, 2021).

Al explorar las dimensiones del valor público, se considera cómo las políticas y acciones gubernamentales impactan en el bienestar colectivo y en la confianza en las instituciones públicas, examinando así la manera en que la administración pública puede contribuir de manera efectiva y ética al desarrollo de una sociedad más justa y próspera. Es así que se destacan las siguientes dimensiones:

### **Servicio:**

Según (Arenas, 2021) "Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los usuarios, brindando un producto inmaterial y personalizado. El servicio es un producto intangible, que demanda la necesidad de cumplir con ciertas actividades para poder satisfacer las necesidades de los usuarios. (Miranda, Chiriboga, & Romero, 2021)

### **Confianza:**

La confianza es producto del riesgo derivado de la incertidumbre con respecto a las intenciones y acciones de otras personas de las cuales se depende. Para que exista confianza uno de los requisitos es que exista riesgo, es decir, que exista la percepción de que es posible perder. Un segundo requisito indispensable es que exista interdependencia, es decir, que los intereses de una de las partes no puedan ser alcanzados sin contar con la otra. La alteración de cualquiera de estos requisitos (riesgo percibido y relación de interdependencia) hará que la confianza cambie. De esto se deduce que la confianza es un concepto dinámico: varía en el tiempo, se desarrolla, se construye, declina e incluso vuelve a aparecer en relaciones de más largo plazo, pues las relaciones se transforman en el tiempo (Conejeros, Rojas, & Segure, 2010).

### **Resultado:**

El concepto “Resultado” puede tener una pluralidad de significados, lo que hace que surjan diferentes discusiones acerca de cómo debe entenderse en el ámbito del Derecho Penal en la Teoría del Delito. El presente artículo presenta sus tres acepciones usuales: a) la acción exterior o realización del tipo, b) la lesión o puesta en peligro del bien jurídico y c) el resultado como efecto separable de la acción. A cada una de estas acepciones se le hace una valoración crítica con el fin de comprender mejor cuál es el significado de la palabra y cómo el Resultado se relaciona con el tipo penal y las lesiones a los bienes jurídicos. (Chavez, 2017)

## **Servicio**

Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los usuarios, brindando un producto inmaterial y personalizado. Se dice que un servicio es heterogéneo debido a que, atendiendo a diferentes factores, raramente suelen coincidir entre sí y usualmente son diseñados y realizados en atención a cada usuario individualmente. En otras palabras, no existen cadenas de producción en masa como sí sucede en la fabricación de bienes (Galán, 2016)

Se puede manifestar que el servicio es una adquisición que hacen las personas o usuarios en donde se obtiene información o atención para adquirir ese servicio y obtener un bien para satisfacer sus necesidades o buscar un bienestar en su vida diaria.

## **Calidad en el servicio**

Es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al usuario, así como la relación entre el consumidor y la agencia. La clave para ese soporte está en la construcción de buenas relaciones y un ambiente positivo, servicial y amigable, que garantice a los usuarios salir con una buena impresión. Además de eso, ofrecer un servicio de calidad ayuda a corregir errores, ya que es posible identificar los momentos en que los consumidores necesitan más ayuda (Cardozo, 2021).

La calidad de servicio es la responsabilidad que tiene cada servidor público al momento de brindar una información que fue requerida por el usuario, la calidad de servicio no solo es tener respeto, empatía, humildad si no saber tener un buen manejo de actitud hacia las demás personas las cuales se llevaran una buena impresión de la institución a la que está representando el servidor.

### 2.2.5. Valor Público en la Regulación Hidrocarburífera

La regulación hidrocarburífera juega un papel crucial en la determinación del valor público en el contexto de la gestión de recursos naturales, por lo que este sector, fundamental para la economía y el bienestar social, enfrenta el desafío constante de equilibrar la explotación de recursos con la protección ambiental y el beneficio comunitario. En este sentido, el valor público se manifiesta a través de la capacidad de las agencias reguladoras para asegurar que las operaciones hidrocarburíferas se realicen de manera segura, ética y sostenible (Ulloa, 2020).

La efectividad con que estas agencias administran y supervisan las actividades hidrocarburíferas tiene un impacto directo en la confianza que la ciudadanía deposita en ellas, reflejando su capacidad para proteger los intereses públicos frente a los intereses comerciales privados.

El valor público en este sector se ve reflejado en la transparencia de los procesos regulatorios y en la equidad de las decisiones tomadas por las autoridades. Cuando los ciudadanos perciben que las licencias y permisos se otorgan basándose en criterios justos y claros, y que existe una vigilancia rigurosa sobre las prácticas de explotación, aumenta su percepción de integridad y legitimidad de la agencia reguladora. Esto es especialmente importante en áreas geográficas donde la actividad hidrocarburífera es intensa y sus efectos sobre la comunidad y el medio ambiente son significativos (Ochoa & Castro, 2021).

La transparencia en la comunicación de decisiones y la capacidad de respuesta frente a incidentes o preocupaciones de la comunidad son indicativos de un alto valor público, promoviendo una relación de confianza y cooperación entre la agencia y la población afectada.

### 2.2.6. Medición del Valor Público en instituciones públicas Hidrocarburíferas

La medición del valor público en la regulación hidrocarburífera implica evaluar una serie de indicadores clave que reflejan la efectividad y la percepción pública de las acciones regulatorias. Uno de los principales indicadores es la satisfacción del usuario, que se puede medir mediante encuestas diseñadas para evaluar la percepción de los servicios proporcionados por la agencia. Estas encuestas abordan aspectos como la facilidad y claridad del proceso de solicitud de permisos, la rapidez y la equidad

en la toma de decisiones, y la percepción de la integridad en la supervisión y fiscalización de las actividades (Flores, Rincón, & Rincón, 2014).

Un alto nivel de satisfacción en estos aspectos suele indicar un fuerte valor público, ya que demuestra que la agencia está cumpliendo con las expectativas de los ciudadanos y operando de manera justa y eficiente.

Un aspecto crucial en la medición del valor público es la percepción de transparencia y justicia, esto incluye la claridad con que la agencia comunica sus decisiones y políticas, la percepción de equidad en el otorgamiento de permisos y licencias, y la consistencia en la aplicación de regulaciones. Además, es fundamental evaluar el impacto social y ambiental de las actividades reguladas, lo cual se hace a través del monitoreo de reportes sobre incidentes ambientales y la efectividad de las medidas correctivas implementadas (Giammarino, 2019).

La confianza en la institución también se mide a través de estudios de opinión pública y análisis de la cobertura mediática, que reflejan la confianza general en la capacidad de la agencia para proteger el bienestar público y promover un sector hidrocarburífero sostenible.

#### 2.2.7. Importancia del Valor Público en la Regulación de empresas públicas

El valor público es fundamental en la regulación a empresas públicas como las que gestionan y controlan los hidrocarburos en un país, ya que no solo por su impacto directo en la eficiencia y la efectividad de la regulación, sino también por su influencia en la legitimidad y el apoyo público a las políticas del sector, ya que una agencia que demuestra alta capacidad en la gestión de los recursos hidrocarburíferos, asegurando que las operaciones sean seguras, sostenibles y benéficas para la comunidad, contribuye significativamente al bienestar social (Conejero, 2014).

Este bienestar se manifiesta en formas tangibles, como la protección del medio ambiente y la generación de ingresos económicos sostenibles que pueden ser reinvertidos en servicios públicos y desarrollo local. Así, el valor público generado por una regulación efectiva crea un círculo virtuoso de confianza y cooperación entre la ciudadanía y la agencia reguladora, potenciando la estabilidad y el progreso social.

El valor público en este sector tiene un papel crucial en la respuesta a desafíos contemporáneos, como el cambio climático y la transición energética hacia fuentes más limpias y renovables. La capacidad de una agencia de regular con un enfoque en la sostenibilidad y la justicia social refuerza su legitimidad y fortalece el apoyo a

políticas que buscan equilibrar los intereses económicos con la preservación ambiental y el bienestar de las futuras generaciones (Fernández, 2018).

En última instancia, el valor público se convierte en un indicador esencial de cómo la regulación hidrocarburífera puede servir como modelo para otras áreas de política pública, demostrando que es posible alinear intereses económicos con los valores éticos y sociales más amplios.

### 2.2.7. Teoría de servicio al usuario

Las teorías de atención o servicio al usuario en el contexto de servicios públicos y privados se centran en comprender, así como mejorar la interacción entre el proveedor del servicio y el usuario o ciudadano, siendo una teoría relevante en este ámbito es la Teoría del Servicio de Calidad (SERVQUAL), desarrollada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, misma que propone que la calidad del servicio se mide a través de la diferencia entre las expectativas del usuario y su percepción del servicio recibido. SERVQUAL identifica cinco dimensiones esenciales: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, así como empatía, ya que, al comprender y gestionar estas dimensiones, las organizaciones pueden mejorar significativamente su servicio al usuario, aumentando así la satisfacción y fidelidad del mismo (Ganga et al., 2019).

Otra teoría importante es la Teoría del Momento de la Verdad, acuñada por Jan Carlzon, la cual se refiere a cualquier punto en el que un usuario interactúa directamente con el servicio y forma una impresión sobre su calidad. Según esta teoría, cada uno de estos momentos es crítico y puede fortalecer o debilitar la relación con el usuario. En el sector público, esto se traduce en cada interacción que el ciudadano tiene con los servicios gubernamentales, desde una llamada telefónica hasta una visita a una oficina pública. Las organizaciones que entienden y gestionan efectivamente estos momentos pueden mejorar no solo la satisfacción del usuario sino también la percepción general del servicio y la confianza en la institución que lo proporciona (Torres, 2022).

Ambas teorías resaltan la importancia de entender y responder a las necesidades, así como expectativas del usuario para proporcionar un servicio de alta calidad.

Son muchas las definiciones existentes sobre el servicio, sin embargo, se cree pertinente tomar en cuenta tres criterios: el servicio como producto de la empresa, el

servicio como valor agregado y el servicio al usuario. Desde el punto de vista de los autores Montoya y Boyero (2013), establecen que el servicio consiste en el conjunto de vivencias resultado del contacto entre la organización y el usuario, por lo que se considera la mejor manera de generar una relación adecuada, de la cual dependen su supervivencia y éxito. Según estos autores, de la satisfacción que se brinde a través del servicio deriva que la empresa conserve el usuario y, por eso, debe entender la importancia esencial de esta práctica.

El servicio consiste en un proceso o conjunto de acciones que generalmente rodea el momento de la compra, por esa razón son bienes intangibles que se consumen al momento de su producción. Para una mejor comprensión, cabe hacer referencia sobre el denominado triángulo de servicio propuesto por el cual contempla la interacción de tres elementos responsables de la optimización del servicio: las estrategias, los empleados y los sistemas orientados al usuario (García, 2016).

#### 2.2.5.1. Usuario

Los usuarios pueden distinguirse teniendo en cuenta los servicios de los que hagan uso. Es aquel individuo que utiliza de manera habitual un producto, o servicio, y que siente beneficios y satisfacción al hacerlo, sin entrar tanto en la marca que hay detrás, sino en las gratificaciones que obtiene al utilizarlo (Peiró, 2020).

Entendemos que por usuario es la persona que asiste a una institución pública o privada a adquirir información sobre un servicio o un producto en donde busca la satisfacción a cada una de sus necesidades.

#### 2.2.5.2. Formas de medir el servicio al usuario

- Encuestas de satisfacción.
- Fidelización de usuario.
- Índice de quejas / reclamaciones.
- Entrevista de salida.
- Felicitaciones de usuario.
- Vinculación del usuario con nuestra organización.
- Nuevos usuarios por recomendación. (Espinoza, 2021)

#### 2.2.6. Gestión institucional

Gestión es un concepto más genérico que administración, la práctica de la gestión hoy va mucho más allá de la mera ejecución de instrucciones que viene del centro, las personas con responsabilidades de conducción tienen que planificar y ejecutar el



plan, así tenemos que el concepto de gestión connota las acciones de planificar como las de administrar. Para algunos estudiosos del tema, la gestión se concibe como el conjunto de servicios que prestan las personas dentro de las organizaciones. Esto significa que la gestión adquiere una especificidad, en tanto que tiene mucha importancia la labor humana (Álvarez, 2018).

Se puede decir que la gestión institucional es de mucha importancia, ya que es un conjunto de servicios que prestan todas las personas que se encuentran dentro de las organizaciones, implica impulsar la conducción de las instituciones hacia determinadas metas que se propongan.

#### 2.2.6.1. Modelo SERVQUAL

El modelo Servqual se publicó por primera vez en el año 1988, y ha experimentado numerosas mejoras y revisiones desde entonces. El modelo Servqual es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los usuarios, y cómo ellos aprecian el servicio. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los usuarios. Permite conocer factores incontrolables e impredecibles de los usuarios. El Servqual proporciona información detallada sobre; opiniones del usuario sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los usuarios de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los usuarios. También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones (Reina, 2019)

El Modelo SERVQUAL mediante sus 5 dimensiones nos ayuda a obtener un resultado sobre la satisfacción del usuario en cuando a la calidad de los servicios que recibe, mediante este modelo también podemos conocer los parámetros en los cuales la empresa se encuentra teniendo debilidad y ayudar al mejoramiento de estrategias mediante una propuesta para incrementar la afluencia de usuarios al lugar ofreciendo servicios de calidad (Miranda, Romero, Chiriboga, & Tapia, 2021 ).

#### 2.2.6.2. Modelo SERVPERF

Desarrollado por Cronin y Taylor en 1992, es un método de evaluación de la calidad del servicio que se centra exclusivamente en la percepción del rendimiento del servicio por parte de los usuarios. A diferencia del modelo SERVQUAL, que mide la diferencia entre las expectativas y las percepciones del servicio, SERVPERF evalúa la

calidad del servicio basándose únicamente en la percepción del rendimiento actual. Este enfoque asume que la calidad del servicio es mejor representada por la evaluación directa de los elementos del servicio, lo que permite una medición más específica y directa de la efectividad del servicio proporcionado (Zegarra, Olano, Lluncor, & Cacho, 2021).

SERVPERF es un modelo de evaluación que simplifica el análisis de la calidad del servicio al concentrarse en la percepción del desempeño del servicio, sin considerar las expectativas previas de los clientes. Este modelo propone que la calidad del servicio puede ser medida más eficientemente y con mayor precisión a través de la percepción actual de los usuarios, ignorando la brecha entre expectativas y realidad que caracteriza a otros modelos como SERVQUAL. Al enfocarse directamente en la experiencia real del servicio, SERVPERF proporciona un enfoque práctico y directo para evaluar la satisfacción del cliente y la calidad del servicio en diversos contextos empresariales y organizacionales (Miranda, Romero, Chiriboga, & Tapia, 2021).

El modelo SERVQUAL es especialmente valioso para esta investigación porque permite una evaluación integral de la calidad del servicio a través de la comparación entre las expectativas previas de los usuarios y sus percepciones post-servicio, por lo que esta dualidad es crucial en contextos donde las políticas y las regulaciones públicas directamente afectan a una amplia gama de stakeholders, incluidos ciudadanos, empresas y entidades gubernamentales. Al medir tanto las expectativas como las percepciones, SERVQUAL facilita la identificación de discrepancias específicas entre lo que los usuarios esperan de la agencia reguladora y lo que realmente experimentan, ya que este enfoque proporciona una base clara para entender las áreas en las que la agencia puede no estar cumpliendo con las necesidades y expectativas del público, permitiendo así implementar mejoras dirigidas que pueden aumentar significativamente la satisfacción del usuario y, por ende, el valor público percibido.

A diferencia de SERVPERF, que se concentra únicamente en las percepciones del desempeño del servicio, SERVQUAL aborda un espectro más amplio al incluir las expectativas de los usuarios, lo que lo hace más adecuado para evaluar servicios en un contexto de regulación pública. En el sector de la regulación hidrocarburífera, las expectativas de los usuarios son influenciadas por una variedad de factores, incluidos los estándares legales y ambientales, la eficiencia administrativa y la transparencia operativa.

Al utilizar SERVQUAL, la investigación puede captar no solo cómo los usuarios perciben la calidad del servicio que reciben, sino también cómo evalúan estos servicios en relación con sus expectativas preconcebidas. Esta comprensión detallada es esencial para cualquier esfuerzo destinado a mejorar la gobernanza y la eficacia de la regulación hidrocarburífera, proporcionando insights clave que pueden ser utilizados para realinear los servicios con las demandas y necesidades del público.

## **2.3. Marco legal**

### 2.3.1. Constitución de la República del Ecuador

Para elaborar el marco legal de esta investigación, es imprescindible realizar una identificación y análisis detallado de las leyes, normativas, reglamentos y ordenanzas aplicables, con el objetivo de fundamentar adecuadamente el estudio, por lo que esto incluye la revisión de disposiciones específicas contenidas en la Constitución de la República del Ecuador, así como en la Ley de Seguridad Pública y del Estado y el Código Orgánico de las Entidades de Seguridad Ciudadana y Orden Público, entre otras fuentes relevantes, que proporcionarán el soporte legal necesario para la investigación.

La Constitución de la República del Ecuador destaca la importancia de los servicios públicos en su marco legal, resaltando en el Artículo 85, numeral 1, el enfoque hacia la garantía de los derechos establecidos constitucionalmente. Específicamente, el **Artículo 85** establece que:

“El desarrollo, implementación, evaluación y supervisión de las políticas y servicios públicos destinados a asegurar los derechos reconocidos por la Constitución se regirán por ciertos principios. Entre estos, se enfatiza que las políticas públicas y la provisión de bienes y servicios públicos deben dirigirse a materializar el concepto de buen vivir y la totalidad de los derechos, basándose en el principio de solidaridad” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008) .

Este enfoque subraya que la oferta de bienes y servicios públicos debe orientarse a promover el bienestar de la población, considerando esto como un derecho fundamental cuya satisfacción es responsabilidad del Estado, por tanto, a través de la implementación efectiva de políticas públicas, se pretende atender

adecuadamente las necesidades sociales, logrando así impactos positivos que redunden en el beneficio de la colectividad.

## **Artículo 229**

“Establece un marco para definir quiénes son considerados como servidores públicos, abarcando a cualquier persona que trabaje o preste servicios dentro del sector público, independientemente de la forma o el título bajo el cual se desempeñen. Este artículo también enfatiza la irrenunciabilidad de los derechos de los servidores públicos y manda a la ley a definir la entidad rectora en materia de recursos humanos y remuneraciones para todo el sector público. Además, detalla aspectos clave como el ingreso, ascenso, promoción, incentivos, régimen disciplinario, estabilidad, sistema de remuneración y cesación de funciones de los servidores públicos, asegurando que su remuneración sea justa, equitativa y acorde a sus funciones, valorando la profesionalización, capacitación, responsabilidad y experiencia”.

Este artículo se fundamenta en que la agencia cuente con personal capacitado y motivado, lo cual es esencial para ofrecer servicios de alta calidad, gestionar eficientemente los recursos hidrocarbúricos, y promover la transparencia y responsabilidad en el sector público. Así, el artículo subraya la importancia de una gestión de recursos humanos efectiva como pilar para mejorar el valor público entregado a la ciudadanía.

### 2.3.2. Ley orgánica del servidor público

El **Art. 22.-** Deberes de las o los servidores públicos literal f establece “Cumplir en forma permanente, en el ejercicio de sus funciones, con atención debida al público y asistirlo con la información oportuna y pertinente, garantizando el derecho de la población a servicios públicos de óptima calidad” (Asamblea Nacional Constituyente, 2016);

Este mandato legal enfatiza la importancia de la calidad y eficiencia en la prestación de servicios, fundamentales para evaluar el desempeño de la agencia, ya que resalta el compromiso requerido de los servidores públicos hacia la excelencia en el servicio, lo cual es clave para mejorar la satisfacción del usuario y fortalecer la percepción del valor público generado por la agencia, alineándose directamente con los objetivos de la investigación de promover servicios públicos que respondan efectivamente a las necesidades y expectativas de la ciudadanía.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

##### 3.1.1. Enfoque

Según (Hernández et al. 2010. P 549): Se está verificando actualmente, que a través de los estudios mixtos se logra: una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno: la investigación se sustenta en las fortalezas de cada método (cuantitativo y cualitativo) y no en sus debilidades; formular el planteamiento del problema con mayor claridad, así como las maneras más apropiadas para estudiar y teorizar los problemas de investigación; producir datos más ricos y variados mediante la multiplicidad de observaciones, ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis; potenciar la creatividad teórica por medio de suficientes procedimientos críticos de valoración; efectuar indagaciones más dinámicas, apoyar con mayor solidez las inferencias científicas; permitir una mejor exploración de los datos; oportunidad para desarrollar nuevas destrezas o competencias en materia de investigación, o bien reforzarlas. (Viter, 2012)

Este enfoque mixto se refiere a la combinación entre los enfoques cuantitativo y cualitativo, ambos se entremezclan en todo el proceso de la investigación o, al menos, en la mayoría de etapas, agregando complejidad al diseño de estudio, pero contemplando todas las ventajas de cada uno de los enfoques para manejar una mejor perspectiva de lo que vamos a realizar en los enfoques mencionados a continuación para fortalecer las debilidades en cuanto al tema de investigación en cual estamos trabajando para tener resultados favorables con las respuestas de cada uno de los ciudadanos hacia dicha institución .

Cuantitativo:

Para (Gomez, 2019) el enfoque cuantitativo "utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, confiando en la medición numérica, el conteo y el uso de la

estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población" (2006, Introducción a la metodología de la investigación científica, p. 60). Los resultados de una investigación cuantitativa son informes estadísticos que, por lo general, utilizan gráficos para su mejor interpretación.

Nosotros hemos escogido el método cuantitativo este nos ayuda a la recaudación de datos en cantidades para establecer el conteo de respuestas favorables, no favorables, entre otras características que pueda dar la ciudadanía a través de la encuesta ante el servicio, la calidad, la empatía que tiene el servidor público de la institución a los y las ciudadanos en donde estamos trabajando nuestro tema de tesis.

Cualitativo:

Sampieri Hernández (2014), establece que:

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (p. 5)

Se ha decidido utilizar el método cualitativo este nos ayuda a distinguir las características de la institución en el que estamos realizando nuestro tema de investigación, y así poder tener resultados favorables para nuestro trabajo mediante la adquisición de información requerida por parte del usuario, estamos manejando el instrumento de la entrevista para tener observaciones, evaluaciones, experiencias personales mediante las respuestas de las personas entrevistadas

### 3.1.2. Tipo de Investigación

**De campo:** De acuerdo con Tévni Grajales (2020), indica que "La investigación de campo es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio". Este tipo de investigación la empleamos porque los datos serán extraídos de manera directa, ya que la información la obtendremos a través de una encuesta con el fin de recolectar datos.

Para el investigador Fidas Arias, la investigación de campo es aquella en la que los datos se recolectan o provienen directamente de los sujetos investigados o de la realidad en la que ocurren los hechos (datos primarios). En esta investigación no se modifican ni manipulan variables; es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. En la investigación de campo también se emplean datos secundarios, los cuales pueden provenir de fuentes bibliográficas. (Alberto)

La investigación de campo recopila los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a un problema. Este tipo de investigación es esencial para realizar otras como la exploratoria, la correlacional o la mixta. De hecho, en el método hipotético-deductivo (el utilizado en economía) suele ser el paso posterior al establecimiento de las hipótesis. Una vez sabemos qué buscamos, debemos recabar datos y para eso se realiza un trabajo de campo. (Arias E. , 2020)

Nuestra investigación es de campo porque vamos a obtener información para poder observar y describir los datos exactos sobre la institución en donde podamos distinguir el problema en el cual estamos realizando, nuestro tema de tesis con relación a lo que necesitan y desean los usuarios de acuerdo a la satisfacción al adquirir la información y también poder mejorar la empatía que hay entre usuario y servidor público optando por mejorar la calidad del servicio a los ciudadanos.

**Bibliográfica:** Guillermina Baena, licenciada en Ciencias de la Información (1985): “La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura, crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas y centros de documentación e información”. (Matos)

La investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. Se le considera un paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio. (Matos, Investigación Bibliográfica: Definición, Tipos, Técnicas)

Este método ayuda con fuentes confiables en donde también podemos nutrirnos de mucha información en la cual podamos descubrir el interés de nuestro tema y tener una visión más clara de cómo vamos a buscar las soluciones en la institución que estamos trabajando en cuanto a nuestro tema de tesis, sino que también podamos observar cual es la necesidad que tienen los usuarios para lograr satisfacer sus necesidades.

#### **3.1.4. Nivel de investigación**

**Explicativa:** Según Arias, (2012, p. 24) la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. De igual forma, Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 80) afirman que la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

La investigación explicativa, como su nombre indica, tiene como objetivo ampliar el conocimiento ya existente sobre algo de lo que sabemos poco, o nada. De esta forma, se centra en los detalles, permitiéndonos conocer más a fondo un fenómeno. En resumen, lo que hace el investigador es partir de una idea general y entrar a analizar aspectos concretos en profundidad. (Arias E. R., 2020)

**Descriptiva:** Carlos Sabino define a la investigación descriptiva en su obra El proceso de investigación (1992) como "el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes (Alban, 2020 )

La investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. La investigación descriptiva, por tanto, lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir. Por ejemplo, mediante medidas de posición o dispersión. Sin embargo, no entra a analizar el porqué del comportamiento de unas respecto a otras. En este caso deberemos recurrir a otras técnicas como la investigación correlacional o la explicativa.

- Método de observación
- Método de estudio de caso
- Encuesta de Investigación (Arias E. R., 2021)



### 3.2. IDEA A DEFENDER

La prestación de servicios adecuada en la agencia de regulación y control hidrocarburífero en Tulcán permite fortalecer el valor público de esta.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

#### 3.3.1. Definición de variables

##### Variable dependiente

**Valor público:** es un concepto que engloba la contribución total que las organizaciones del sector público hacen al bienestar social y económico de una comunidad o sociedad. Se refiere a la capacidad de las instituciones públicas para generar resultados que reflejen los valores, deseos y necesidades de los ciudadanos, incluyendo la provisión eficiente y efectiva de servicios, la promoción de la equidad y justicia, y el fomento de la confianza y participación cívica. Este valor se mide no solo en términos de servicios entregados, sino también en cómo estos servicios mejoran la calidad de vida y reflejan las prioridades y expectativas de la comunidad (CEPAL, 2022).

##### Variable independiente

**Servicio al usuario:** el servicio al usuario, por otro lado, se refiere a la totalidad de experiencias e interacciones que un usuario o ciudadano tiene con una organización al recibir un producto o servicio. En el contexto del sector público, esto implica la forma en que las agencias y departamentos gubernamentales atienden y responden a las necesidades y expectativas de los ciudadanos. Un servicio al usuario de alta calidad se caracteriza por la eficiencia, accesibilidad, fiabilidad, y empatía en la prestación de servicios, así como por la capacidad de la organización para resolver problemas, gestionar quejas y adaptarse a las cambiantes necesidades de su público (Peiró, 2020).

**Tabla 2.** Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
<b>Independiente</b> Servicio al usuario	Percepción	Estado de instalaciones.		
		Estado de medios de comunicación.		

	Fiabilidad	Nivel de precisión en la prestación del servicio. Nivel de Confianza del usuario.		
	Capacidad de respuesta	Número de personas atendidas en el servicio Nivel de Cooperación entre el personal.	Encuesta	Cuestionario
	Seguridad	Nivel de aceptación del usuario Nivel de Credibilidad		
	Empático	Estado de la Atención personalizada.		
	Contexto social	Nivel de Satisfacción post servicio Estado de Seguridad ciudadana Nivel de Condición social de los usuarios		
<b>Dependiente</b> Valor público	Percepción de la ciudadanía.	Nivel de participación ciudadana. Nivel de credibilidad		
	Efectividad	Nivel de logro de objetivos. Estado de uso de recursos públicos.	Entrevista	Cuestionario

### 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Deductivo: Se conoce como método deductivo o razonamiento deductivo a un tipo de razonamiento lógico que se caracteriza por extraer conclusiones válidas particulares a partir de una premisa o hipótesis general. Este tipo de pensamiento opera cuando las conclusiones se hallan de alguna manera "dentro" de las premisas. Además, el razonamiento debe formular de manera adecuada el procedimiento para inferirlas. Esto quiere decir que el método deductivo, si se lleva a cabo de manera válida y correcta, y si las premisas son a su vez válidas y ciertas, arrojará siempre resultados válidos y correctos. Para garantizar esto, los razonamientos de tipo deductivo se rigen por las normas de inferencia o reglas de transformación. (Uriarte, 2020)

Inductivo: El método inductivo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación. Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logra postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado. Una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, mediante diversas observaciones de los sucesos u objetos en estado natural, una conclusión que resulte general para todos los eventos de la misma clase. (Porto., 2021)

#### Método analítico

El método analítico de investigación es una forma de estudio que implica habilidades como el pensamiento crítico y la evaluación de hechos e información relativa a la investigación que se está llevando a cabo. La idea es encontrar los elementos principales detrás del tema que se está analizando para comprenderlo en profundidad. Como ocurre con cualquier otro tipo de investigación, el objetivo principal del método analítico es descubrir información relevante sobre un tema. Para lograrlo, primero se recopilan todos los datos de los que se dispone sobre la materia; y una vez que se han recolectado, se examinan para probar una hipótesis o apoyar una idea determinada. (Puerta, 2019)

### **Técnicas de investigación**

#### Encuesta

Para Trespalacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priorizar las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo

Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica (Thompson, 2010).

En la fase de recolección de datos de este estudio, se empleará el modelo SERVQUAL, una herramienta reconocida y ampliamente utilizada para medir la calidad del servicio percibida por los usuarios, el cual se basa en la evaluación de cinco

dimensiones fundamentales: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Al adaptar SERVQUAL al contexto de la regulación hidrocarburífera, las encuestas diseñadas buscaron capturar percepciones específicas sobre la eficacia con la que la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero cumple con sus responsabilidades, la claridad y la prontitud, así como precisión en la respuesta a las inquietudes de los ciudadanos.

La implementación de SERVQUAL permitirá una evaluación detallada y estructurada de la calidad del servicio al usuario, proporcionando datos cruciales que reflejarán la eficiencia operativa de la agencia y su impacto en la percepción del valor público.

## Entrevista

Según Sierra (2019), la entrevista es una conversación que establecen un interrogador y un interrogado para un propósito expreso. Una forma de comunicación interpersonal orientada a la obtención de información sobre un objetivo definido. Vemos entonces que todas las definiciones apuntan a los mismos aspectos: una o más personas, una de las cuales (y sólo una) es el entrevistador, en tanto que la otra u otras es (son) el (los) entrevistado(s), quienes se encuentran físicamente en un mismo espacio para conversar en los términos establecidos por el entrevistador: estructura, fines, duración del encuentro, roles, tema, etc., y donde el entrevistador procurará obtener del entrevistado determinadas informaciones.

### **3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

El presente estudio está dirigido a los habitantes de la cabecera cantonal de Tulcán, con un enfoque particular en las zonas norte, centro y sur de la ciudad. Según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2020), Tulcán tiene una población de 102,395 personas, de los cuales fueron tomados aquellos que se encuentran en un rango de edad a partir de los 18 años, siendo tomados en cuenta un total de 64,897 habitantes. Para determinar la muestra de esta investigación, se empleará un método de muestreo probabilístico que permitirá seleccionar representativamente a los participantes dentro de este grupo poblacional.

#### **3.5.1. Población y muestra**

##### **Población**

Como se manifestó anteriormente la población parte del estudio está conformada por las 64897 habitantes de la ciudad de Tulcán mayores de 18 años.

## Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula estadística siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

Z: coeficiente que tiene en cuenta el nivel de confianza con que se trabaja, se establece trabajar como mínimo con un 95% de confianza para lo cual el valor de  $Z=1,96$ .

P: porcentaje de la población que reúne las características de interés para el estudio.

Q: porcentaje de la población que no reúne las características de interés para el estudio.

$$Q = 1 - P$$

Cuando no se conocen estas proporciones se asume el supuesto de máxima variabilidad estadística  $P=Q=50\%$ .

E: error con que se trabaja (se debe garantizar que el error sea el menor posible, se sugiere que sea menor o igual al 10%, elemento que garantiza que el estudio pueda ser conclusivo).

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 64897}{0.05^2 * (64897 - 1) + 1.96 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 102395}{0.0009 * (102395 - 1) + 3.84 * 0.25}$$

$$\frac{3.8416 * 0.25 * 64897}{0.0025 * 64896 + 0.96}$$

$$n = \frac{62321,08}{163,2}$$

$$n = 381,95$$

$$n = 382$$

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

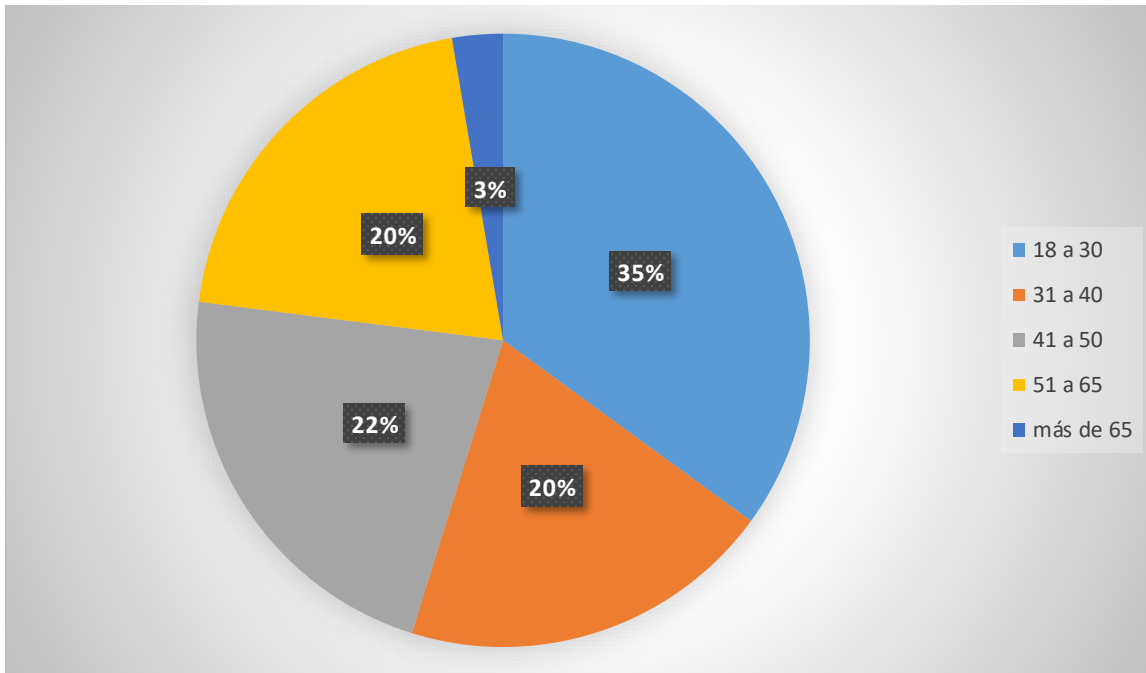
### **4.1. RESULTADOS**

En este estudio, el método SERVQUAL se utilizó para evaluar de manera sistemática la calidad del servicio proporcionado por la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero a través de encuestas dirigidas a los usuarios, dividiéndose en dos partes fundamentales: la medición de las expectativas de los usuarios antes de recibir el servicio y la percepción de cómo fue el servicio realmente recibido. Al comparar estas dos dimensiones, SERVQUAL permite identificar brechas entre lo que los usuarios esperan de la agencia y cómo perciben los servicios que realmente se les brindan. Esto facilita una evaluación detallada de la calidad en términos de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Es así que implementando SERVQUAL, se obtendrán información y datos valiosos sobre áreas específicas donde la agencia puede necesitar mejorar, alineando más efectivamente sus servicios con las expectativas y necesidades de los usuarios, y por ende, elevando el valor público percibido.

#### **4.1.1. Resultados de la encuesta**

**Variable: Edad**

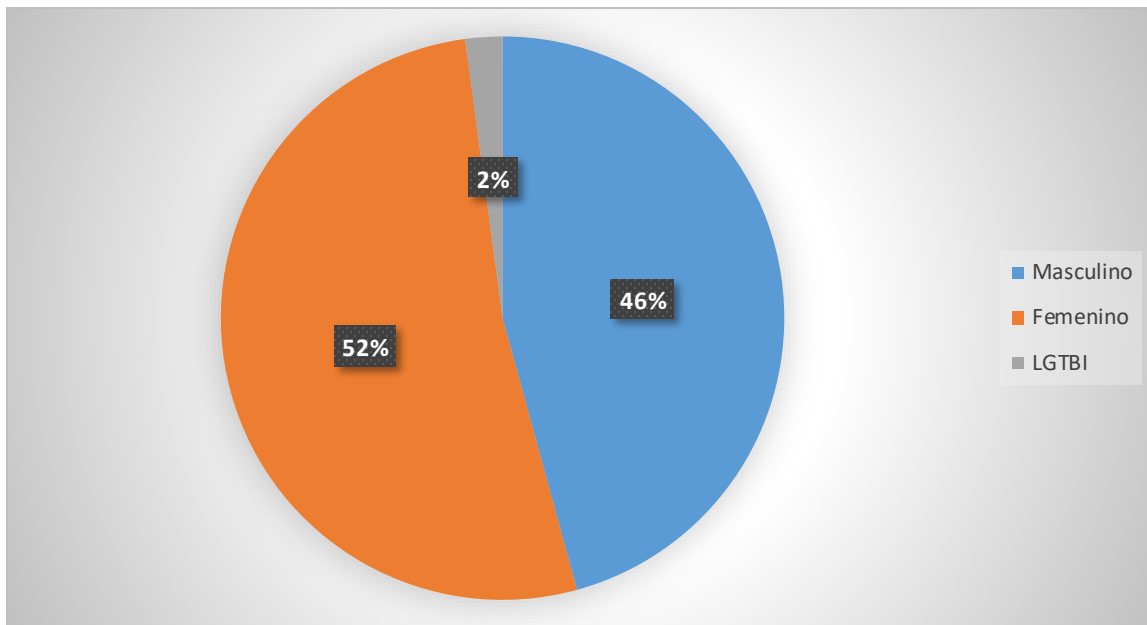


**Figura 1.** Edad

### **Análisis e interpretación**

El mayor segmento de los encuestados pertenece al grupo de edad de 18 a 30 años, constituyendo el 35% de la muestra, lo que sugiere que la población más joven es la que más interactúa o se ve afectada por los servicios de la agencia, mientras que los grupos de 31 a 40 años y de 51 a 65 años comparten una representación similar, cada uno con un 20%, lo que indica una participación significativa de adultos en etapas intermedias de la vida laboral y pre jubilación. Los individuos de 41 a 50 años forman el 22%, lo que refleja una presencia estable pero ligeramente menor en comparación con los otros grupos adultos. Notablemente, solo un 3% de los participantes son mayores de 65 años, lo que podría indicar una menor necesidad o un acceso reducido a los servicios de la agencia entre la población de mayor edad. Este perfil demográfico es esencial para comprender cómo los diferentes grupos de edad perciben la calidad del servicio.

### **Variable: Género**



**Figura 2.** Género

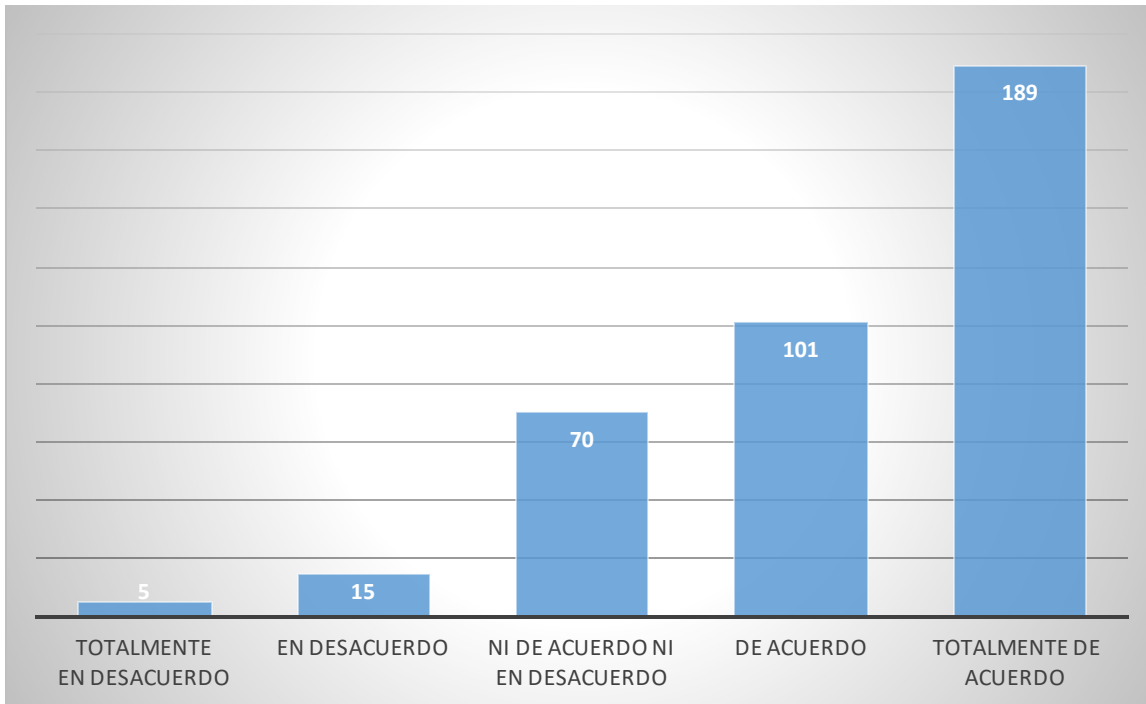
### **Análisis e interpretación**

El gráfico de distribución por género de los encuestados muestra que un ligero predominio del 52% son masculinos, mientras que el 46% son femeninos, reflejando una distribución casi equitativa entre estos dos grupos. Solo un 2% de los encuestados se identifican como parte de la comunidad LGTBI, por lo que estos datos indican que la agencia de regulación y control hidrocarburífero en Tulcán atiende a una población diversa en términos de género, aunque con una representación ligeramente mayor de hombres, de igual forma, la inclusión de la comunidad LGTBI, aunque es una minoría, indica que la agencia alcanza a una variedad de grupos, lo cual es importante para garantizar que los servicios sean inclusivos y atiendan las necesidades de todos los sectores de la población

### **Dimensión: Expectativa**

**Espero que las instalaciones de la agencia sean modernas, limpias y bien equipadas.**





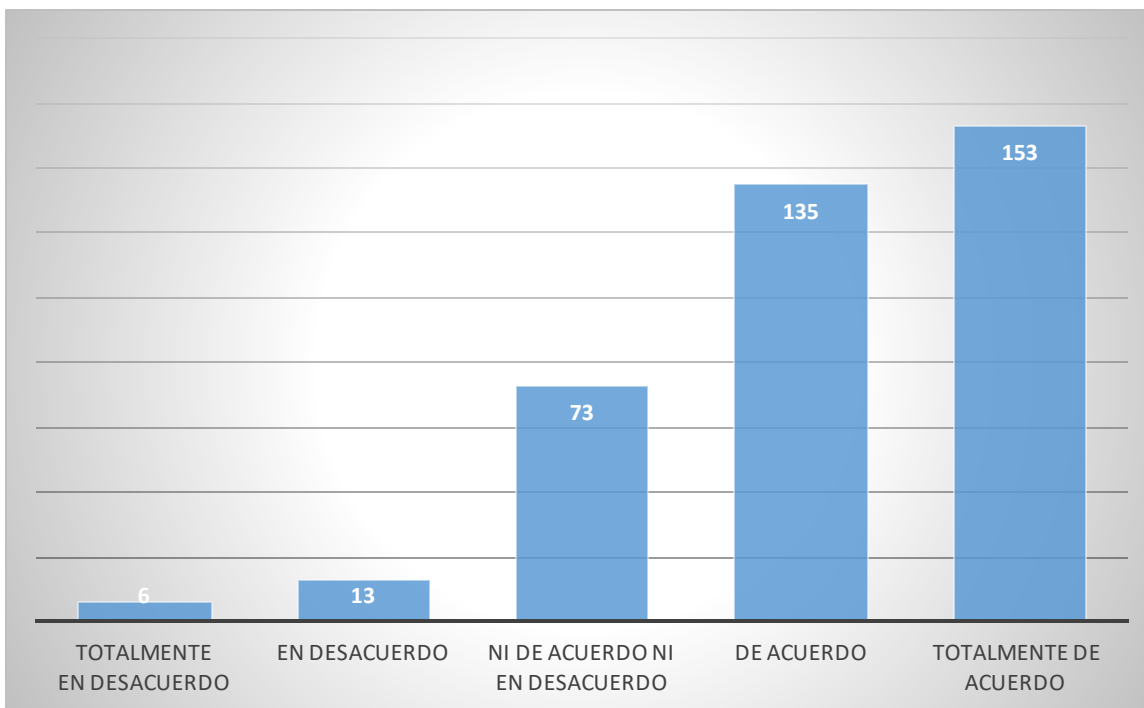
**Figura 3.** Expectativa instalaciones de la agencia

### **Análisis e interpretación**

La mayoría de los encuestados, que representan el 54.4%, están "Totalmente de acuerdo" con la afirmación, reflejando una expectativa muy alta hacia la infraestructura de la agencia, mientras que aquellos que están "De acuerdo" constituyen aproximadamente el 29.1% lo cual añade un respaldo significativo a la percepción positiva de las instalaciones, sin embargo, una minoría del 20.5% combinada sugiere que hay un segmento de usuarios cuyas expectativas no están siendo plenamente satisfechas, por otra parte, solo un pequeño 1.4% está "Totalmente en desacuerdo", indicando una insatisfacción notable con las instalaciones de la agencia.

Estos resultados sugieren que, en general, la agencia cumple o supera las expectativas de modernidad y equipamiento de la mayoría de los usuarios, pero aún hay áreas de mejora para asegurar la satisfacción de todos los usuarios.

**Espero que el material informativo proporcionado por la agencia (folletos, sitio web, etc.) sea claro y profesional.**



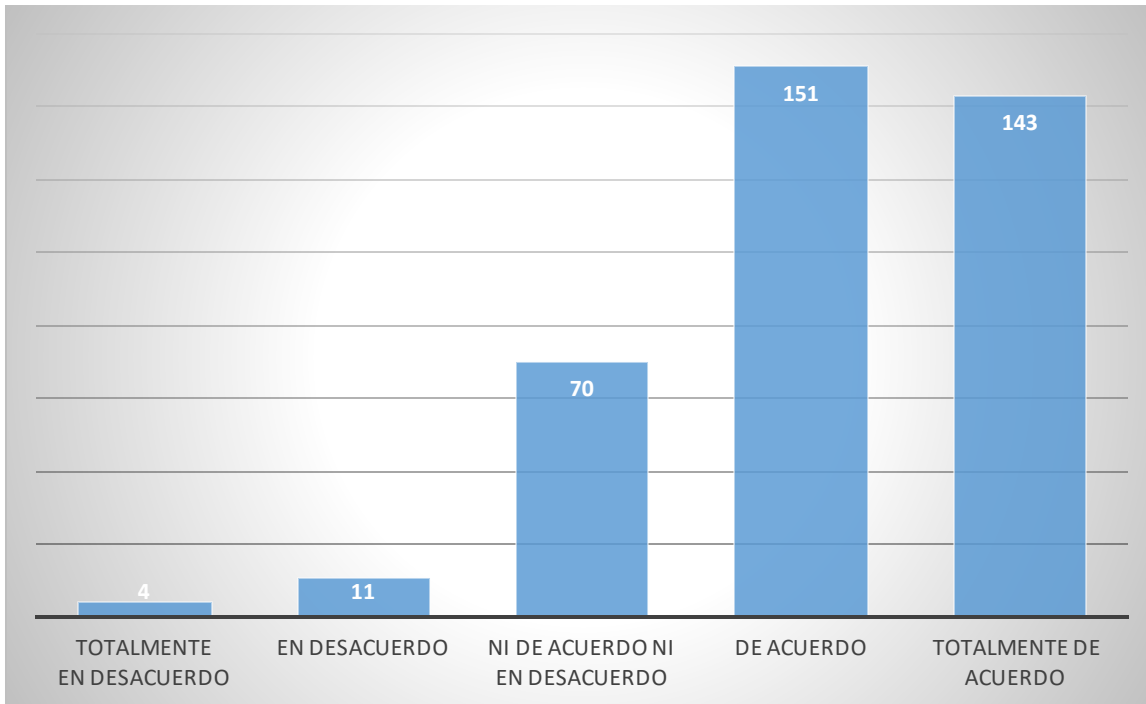
**Figura 4.** Expectativa a material informativo

### **Análisis e interpretación**

Un 44% de los encuestados está "Totalmente de acuerdo" esperando que el material informativo sea claro y profesional. Un 39% está "De acuerdo" con esta expectativa, por otro lado, un 21% de los encuestados se posiciona en el centro o en desacuerdo con la afirmación, con un 17% que ni está de acuerdo ni en desacuerdo y un 4% que está en desacuerdo. Solo un 2% está "Totalmente en desacuerdo".

Estos porcentajes sugieren que la mayoría de los usuarios tienen una percepción positiva de la calidad del material informativo de la agencia, aunque hay una proporción significativa de usuarios que no están completamente convencidos de su claridad y profesionalismo, lo que indica un área potencial para mejoras.

**Anticipo que la tecnología utilizada por la agencia (software, hardware, etc.) será de última generación.**



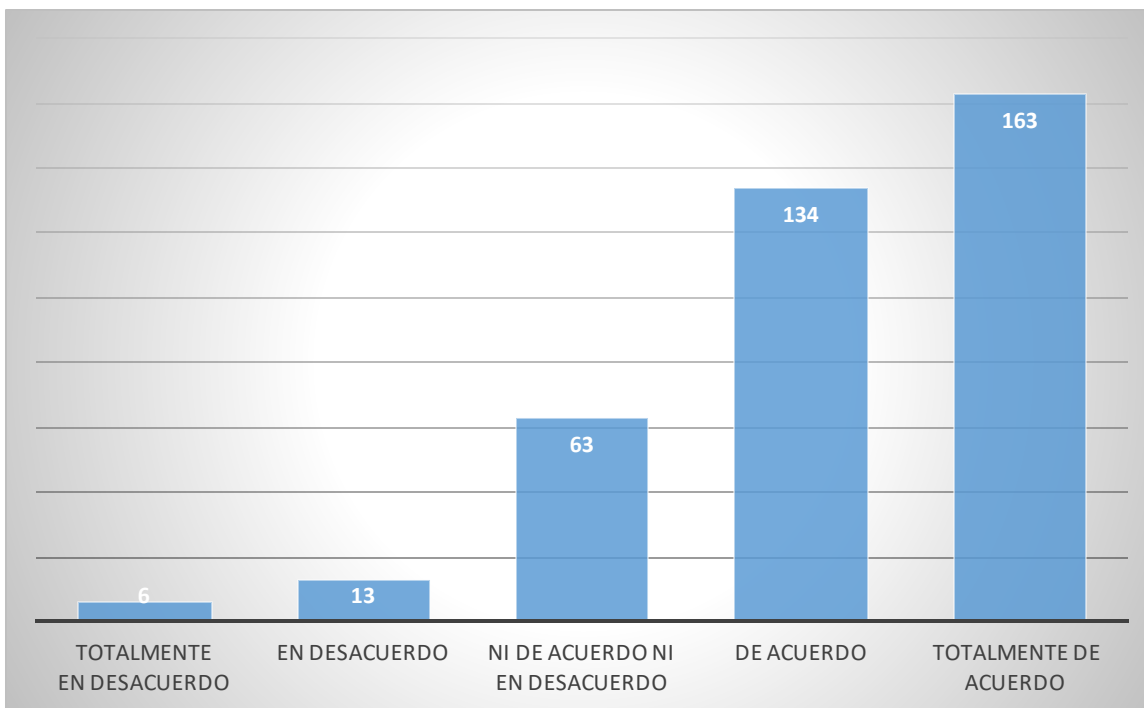
**Figura 5.** Expectativa a tecnología utilizada

### **Análisis e interpretación**

El 1% está "Totalmente en desacuerdo" y el 3% está "En desacuerdo" con la afirmación de que la tecnología será de última generación, además, un 20% de los encuestados se muestra indeciso, respondiendo que ni están de acuerdo ni en desacuerdo, por lo que estos porcentajes reflejan cierto escepticismo o posiblemente una falta de conocimiento o experiencia con la tecnología actual de la agencia. Puede indicar que la agencia necesita mejorar la comunicación sobre sus inversiones en tecnología o actualizar su equipamiento para cumplir con las expectativas de los usuarios.

Es importante que la agencia evalúe estas percepciones negativas y trabaje para comprender las causas subyacentes, ya que la tecnología de vanguardia es fundamental para la eficiencia de los servicios y la satisfacción del usuario en el contexto moderno.

**Creo que es importante que el personal de la agencia tenga una apariencia ordenada y profesional.**



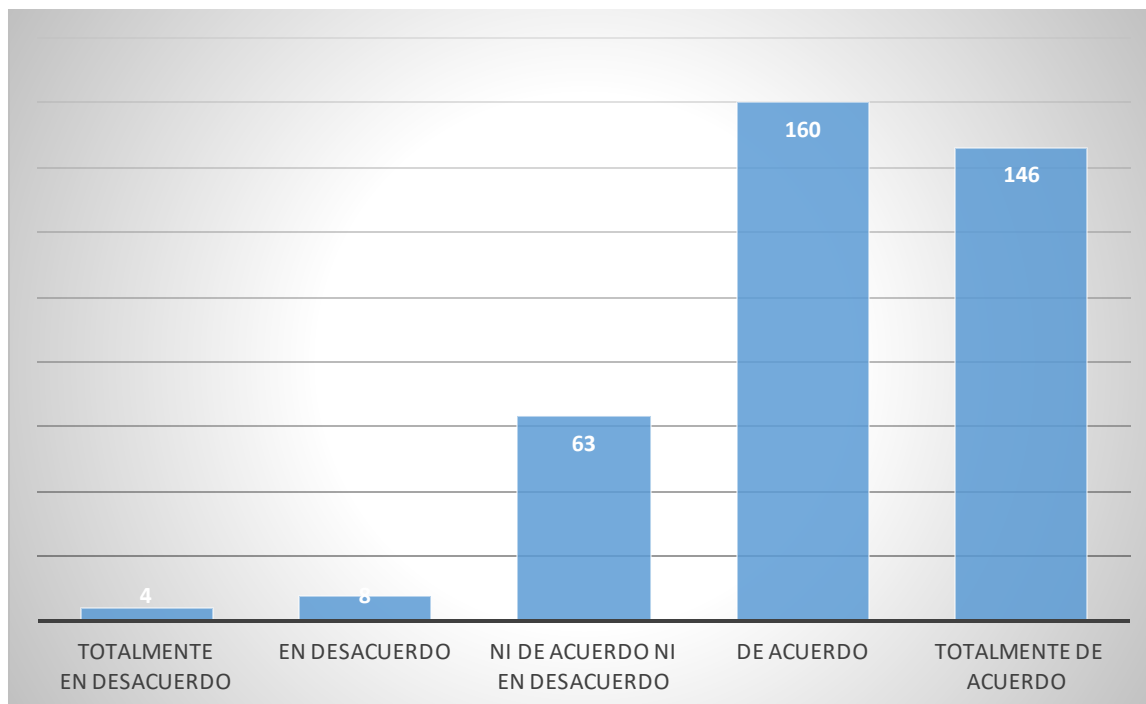
**Figura 6.** Expectativa personal de la agencia

### **Análisis e interpretación**

Un 2% de los encuestados está "Totalmente en desacuerdo" y un 4% está "En desacuerdo" con la afirmación de que es importante que el personal tenga una apariencia ordenada y profesional. Además, un 19% de los encuestados ni está de acuerdo ni en desacuerdo, por lo que estos resultados sugieren que existe un porcentaje significativo de usuarios que no consideran crucial la apariencia del personal de la agencia, sin embargo, un enfoque importante podría ser comprender las razones detrás de estos resultados negativos, que podrían incluir una falta de percepción sobre la relación entre la apariencia profesional del personal y la calidad del servicio, o posiblemente la existencia de otras prioridades percibidas por los usuarios.

La agencia podría considerar estrategias para comunicar la importancia de una apariencia profesional del personal en la percepción general del servicio, así como implementar políticas o capacitaciones para garantizar que el personal mantenga una apariencia ordenada y profesional en todo momento.

**Espero que la señalización y los espacios físicos de la agencia sean fáciles de navegar y acceder.**



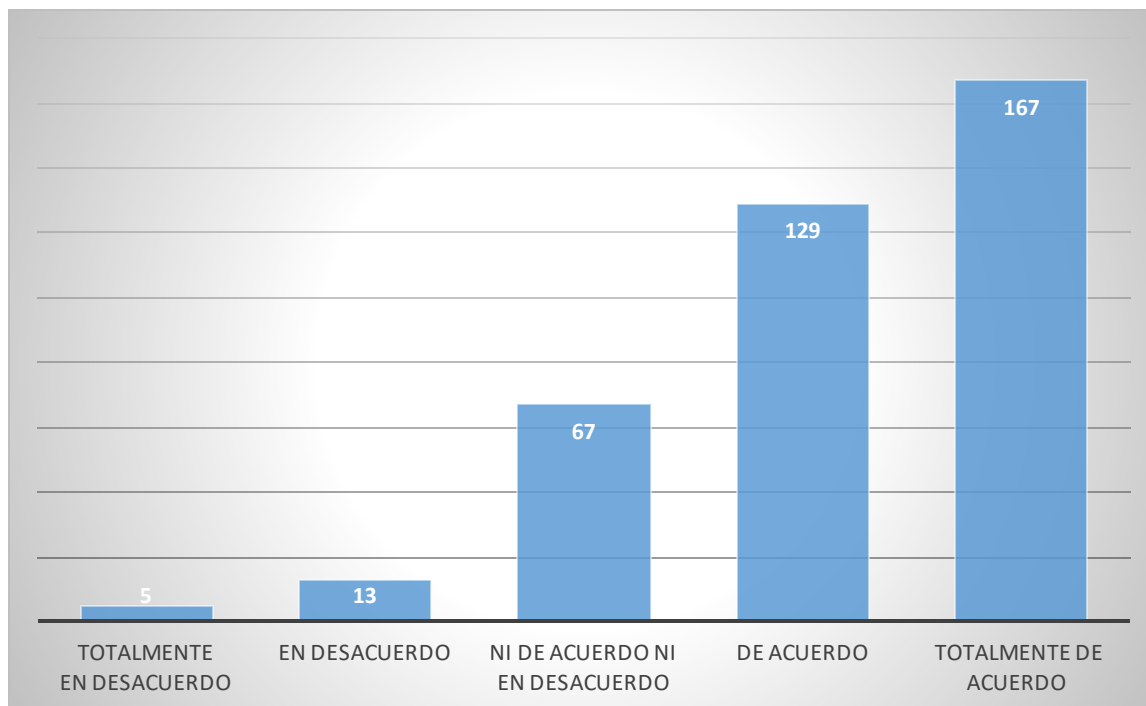
**Figura 7.**Expectativa a compromisos de servicio

### **Análisis e interpretación**

Un 1.1% indicó estar "Totalmente en desacuerdo", un 2.1% manifestó estar "En desacuerdo" y un 18.1% se posicionó en "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" con la afirmación de que es importante que la señalización y los espacios físicos sean fáciles de navegar y acceder. Por otro lado, la mayoría de los encuestados, un 37.2%, expresó estar "De acuerdo", y un 33.5% indicó estar "Totalmente de acuerdo" con la afirmación.

Estos datos indican que hay una proporción notable de usuarios que tienen preocupaciones o dudas sobre la facilidad de navegación y accesibilidad de los espacios físicos de la agencia, indicando que la señalización existente no es clara o que los espacios físicos no están diseñados de manera que sean fáciles de entender y acceder para los usuarios, por lo que la agencia podría beneficiarse de una evaluación más detallada de la señalización y el diseño de sus espacios físicos para identificar áreas de mejora y garantizar que los usuarios puedan moverse fácilmente por las instalaciones de la agencia.

**Espero que la agencia cumpla con sus promesas y compromisos de servicio de manera consistente.**



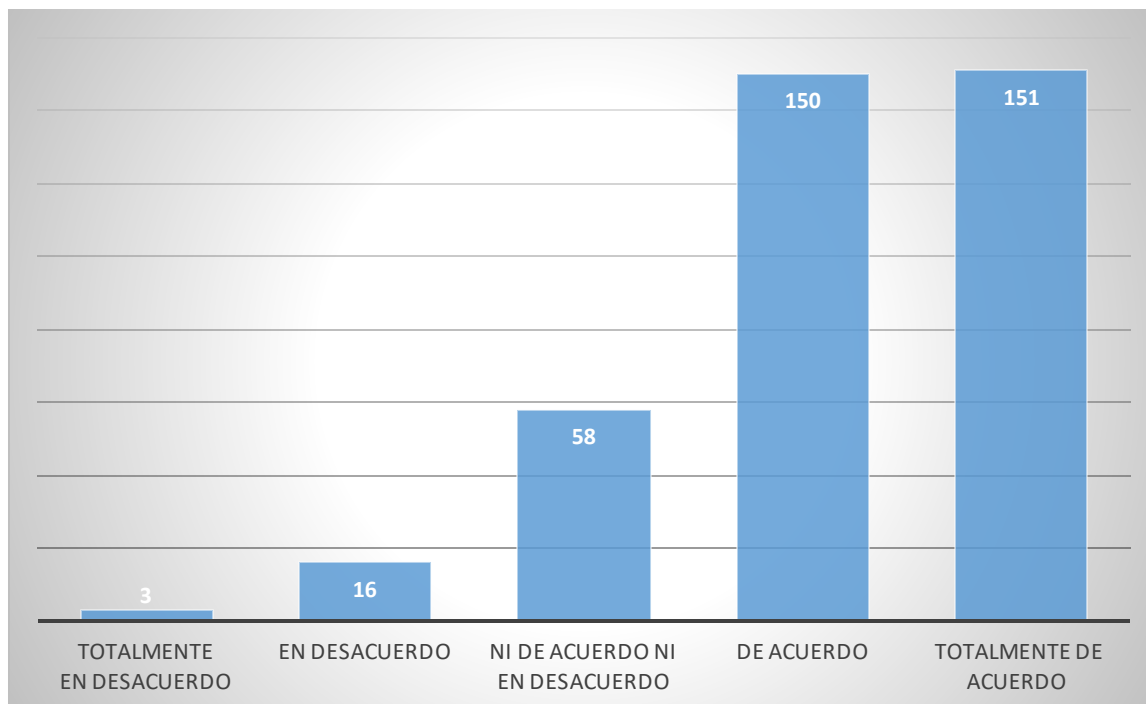
**Figura 8.** Expectativa a compromisos de servicio

### **Análisis e interpretación**

Un 1.4% indicó estar "Totalmente en desacuerdo" y un 3.7% manifestó estar "En desacuerdo" con la afirmación de que es importante que la agencia cumpla con sus promesas y compromisos de servicio de manera consistente. Además, un 19.3% de los encuestados se ubicó en la categoría "Ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Estos resultados sugieren que existe una proporción notable de usuarios que tienen dudas o preocupaciones sobre la consistencia del cumplimiento de promesas y compromisos por parte de la agencia, por lo que es crucial abordar estas preocupaciones para garantizar la confianza y satisfacción de los usuarios, ya que la agencia podría considerar medidas para mejorar la comunicación y transparencia en relación con sus compromisos de servicio, así como establecer mecanismos de seguimiento y retroalimentación para garantizar un cumplimiento consistente y satisfactorio.

**Anticipo que la agencia llevará a cabo sus servicios de forma precisa y sin errores.**



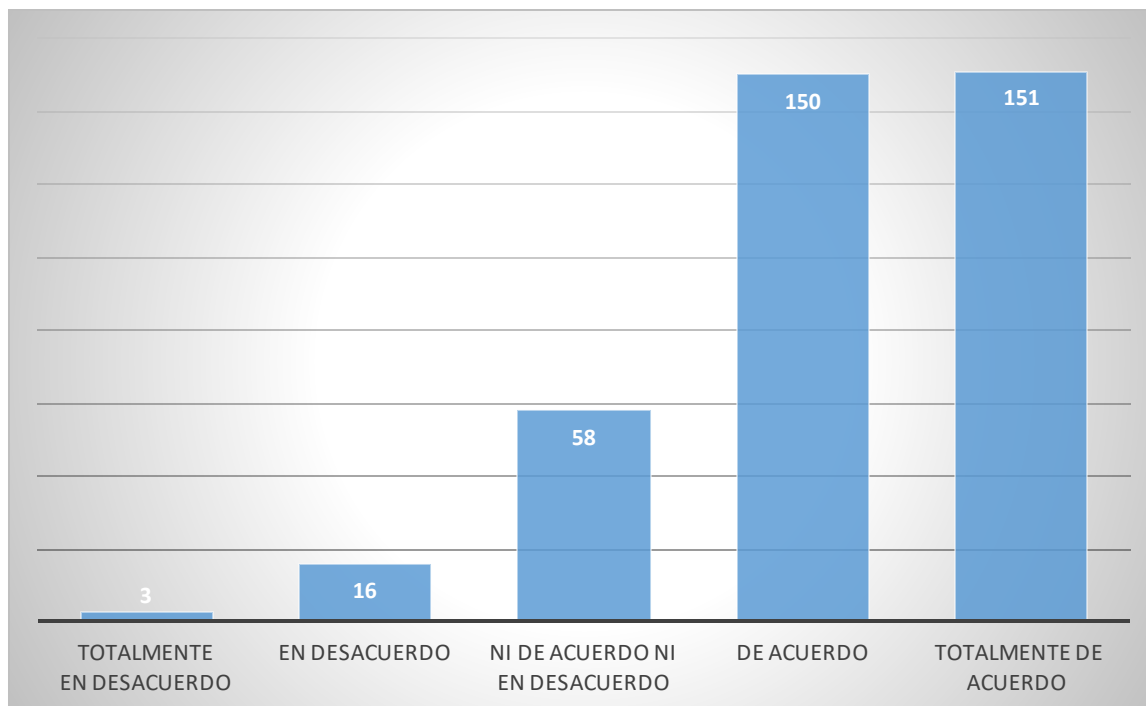
**Figura 9.** Expectativa a precisión en el servicio

### **Análisis e interpretación**

Un 0.9% indicó estar "Totalmente en desacuerdo" y un 4.8% manifestó estar "En desacuerdo" con la afirmación de que anticipan que la agencia llevará a cabo sus servicios de forma precisa y sin errores, además, un 16.7% de los encuestados se ubicó en la categoría "Ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Estos resultados sugieren que existe una preocupación entre algunos usuarios sobre la capacidad de la agencia para proporcionar servicios sin errores o con un alto grado de precisión, ya que la percepción de que la agencia pueda cometer errores puede afectar la confianza y la satisfacción del usuario, lo que podría llevar a una disminución de la percepción del valor del servicio proporcionado por la agencia.

**Anticipo que la agencia llevará a cabo sus servicios de forma precisa y sin errores.**



**Figura 10.** Expectativa a precisión en el servicio

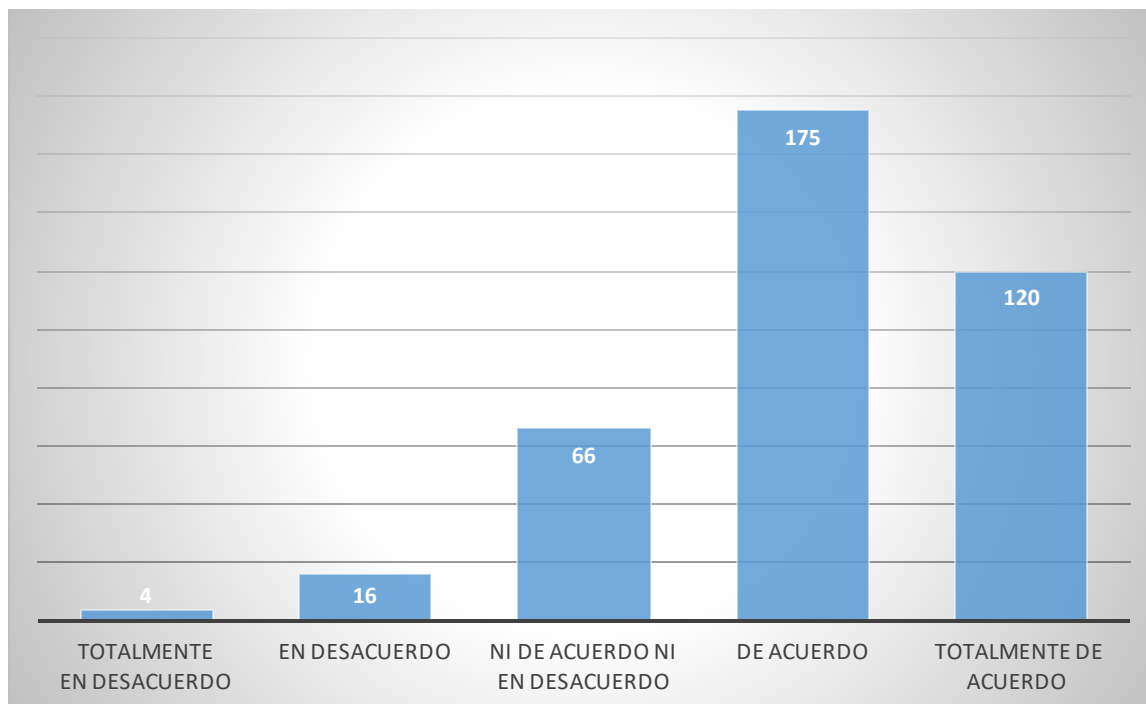
### **Análisis e interpretación**

Un 1.4% indicó estar "Totalmente en desacuerdo" y un 2.6% manifestó estar "En desacuerdo" con la afirmación de que esperan que la agencia mantenga un registro preciso y actualizado de sus interacciones y transacciones, además, un 18.2% de los encuestados se ubicó en la categoría "Ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Estos resultados sugieren que existe una preocupación entre algunos usuarios sobre la capacidad de la agencia para mantener registros precisos y actualizados de las interacciones y transacciones, ya que la percepción de que la agencia pueda tener registros inexactos o desactualizados puede afectar la confianza y la satisfacción del usuario, lo que podría llevar a una disminución de la apreciación del valor del servicio proporcionado por la agencia, por lo que es importante que la agencia tome medidas para abordar estas preocupaciones y mejorar la percepción de precisión y fiabilidad en el mantenimiento de registros.

**Creo que la agencia debería ser capaz de proporcionar servicios de manera constante bajo cualquier circunstancia.**





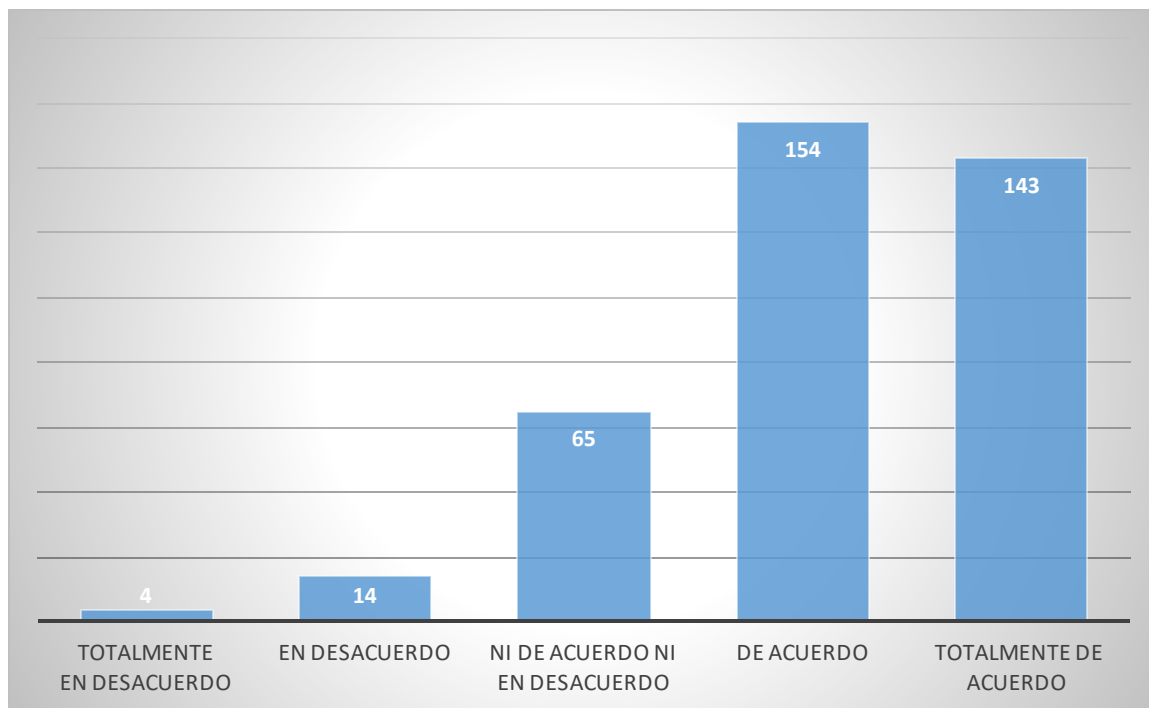
**Figura 11.** Expectativa constancia en el servicio

### **Análisis e interpretación**

Un 0.9% indicó estar "Totalmente en desacuerdo" y un 2.9% manifestó estar "En desacuerdo" con la afirmación de que creen que la agencia debería ser capaz de proporcionar servicios de manera constante bajo cualquier circunstancia. Además, un 21.3% de los encuestados se ubicó en la categoría "Ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Estos resultados sugieren que existe una preocupación entre algunos usuarios sobre la capacidad de la agencia para mantener la consistencia en la prestación de servicios en diversas circunstancias, ya que la percepción de que la agencia pueda no ser capaz de proporcionar servicios de manera constante puede afectar la confianza y la satisfacción del usuario, lo que podría llevar a una disminución de la percepción del valor del servicio proporcionado por la agencia.

**Espero que cualquier problema o queja que presente sea resuelto de manera efectiva y en un tiempo razonable.**



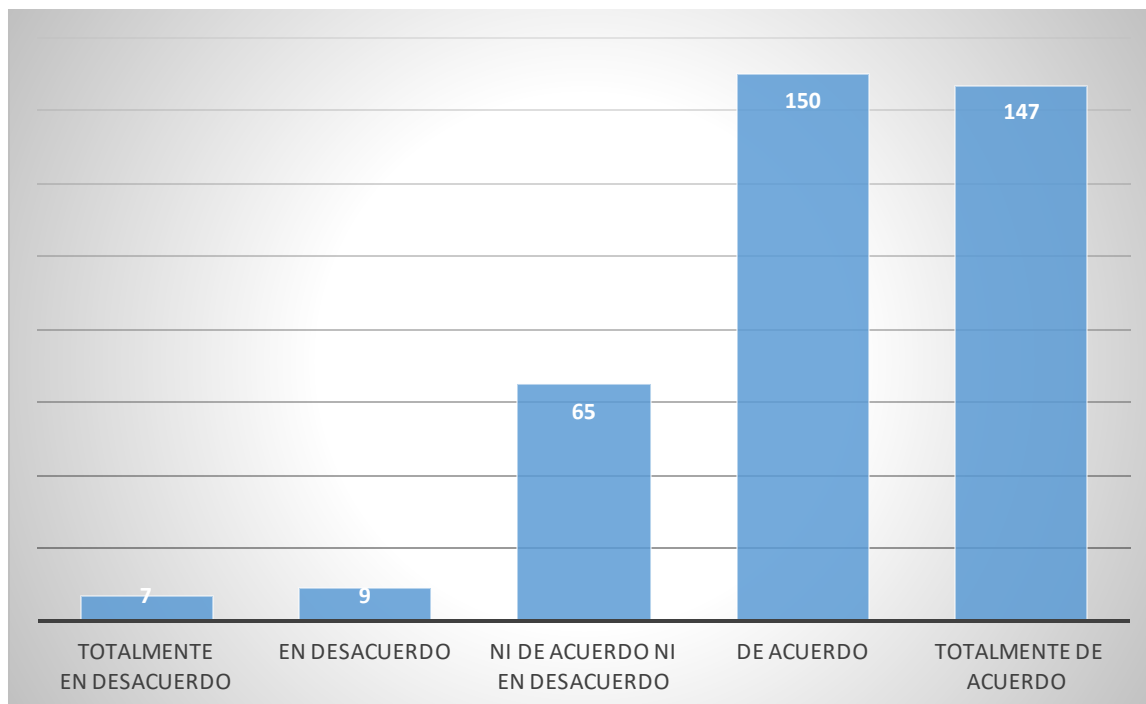
**Figura 12.** Expectativa a resolución de problemas

### **Análisis e interpretación**

Un 1.2% indicó estar "Totalmente en desacuerdo" y un 4.2% manifestó estar "En desacuerdo" con la afirmación de que esperan que cualquier problema o queja que presenten sea resuelto de manera efectiva y en un tiempo razonable, además, un 18.9% de los encuestados se ubicó en la categoría "Ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Estos resultados sugieren que existe una preocupación entre algunos usuarios sobre la capacidad de la agencia para resolver problemas o quejas de manera efectiva y oportuna, ya que la percepción de que la agencia pueda no ser capaz de resolver problemas o quejas de manera efectiva y oportuna puede afectar la confianza y la satisfacción del usuario, lo que podría llevar a una disminución de la percepción del valor del servicio proporcionado por la agencia.

**Anticipo que la agencia será proactiva en la comunicación sobre cualquier cambio o problema.**



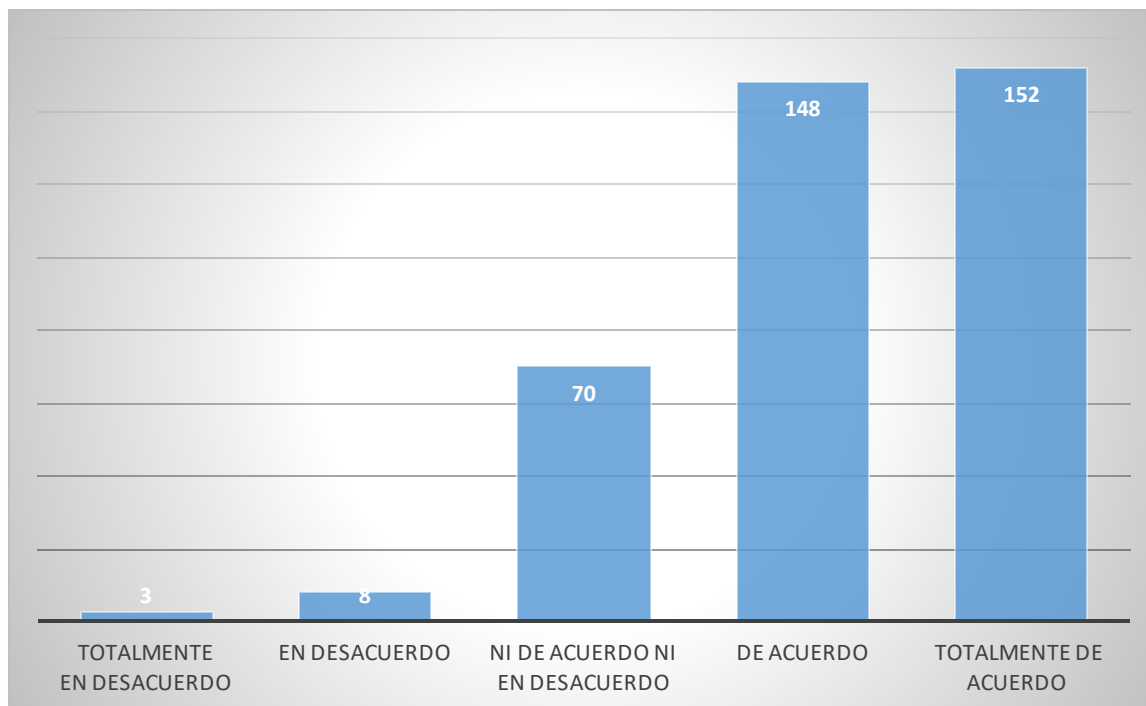
**Figura 13.** Expectativa comunicación sobre cualquier cambio

### **Análisis e interpretación**

Un 1.9% indicó estar "Totalmente en desacuerdo" y un 2.5% manifestó estar "En desacuerdo" con la afirmación de que anticipan que la agencia será proactiva en la comunicación sobre cualquier cambio o problema. Además, un 18.9% de los encuestados se ubicó en la categoría "Ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Estos resultados sugieren que existe una preocupación entre algunos usuarios sobre la capacidad de la agencia para comunicar de manera proactiva sobre cambios o problemas, ya que la percepción de que la agencia no sea proactiva en la comunicación puede afectar la confianza y la satisfacción del usuario, lo que podría llevar a una disminución de la percepción del valor del servicio proporcionado por la agencia.

**Creo que es importante que el personal esté siempre disponible para asistirme cuando lo necesite.**



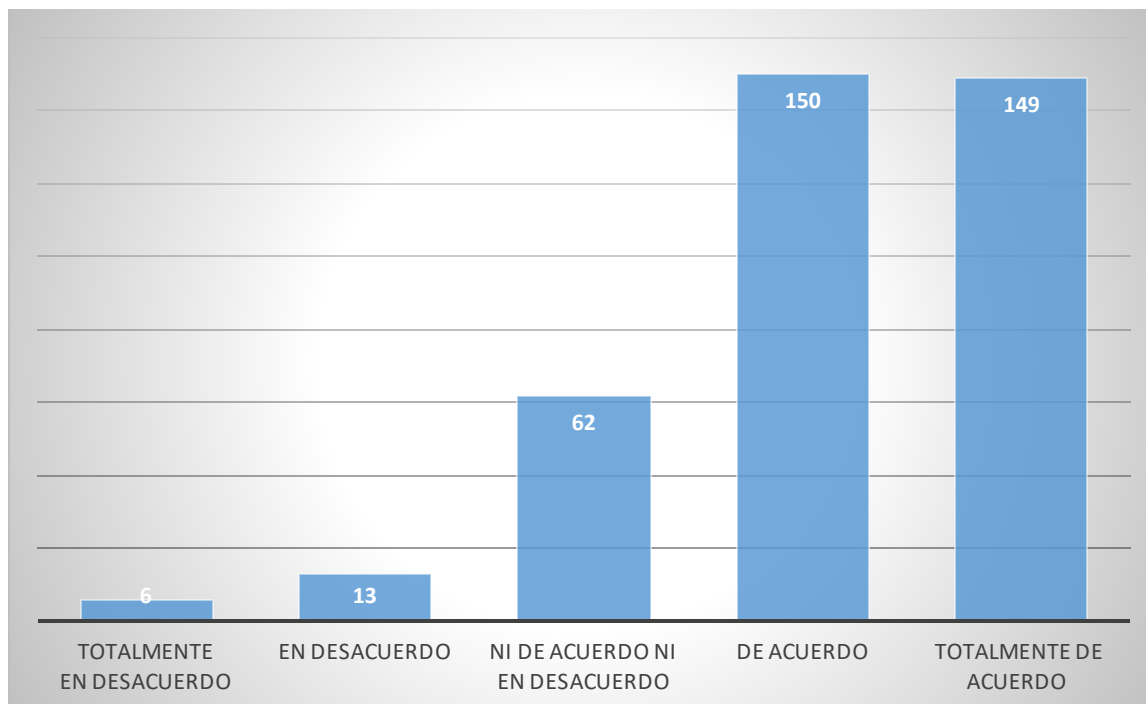
**Figura 14.** Expectativa sobre disponibilidad del personal

### **Análisis e interpretación**

Un 0.9% indicó estar "Totalmente en desacuerdo" y un 1.9% manifestó estar "En desacuerdo" con la afirmación de que es importante que el personal esté siempre disponible para asistirlos cuando lo necesiten. Además, un 20.2% de los encuestados se ubicó en la categoría "Ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Estos resultados indican que, aunque la mayoría de los usuarios valoran la disponibilidad del personal, existe un segmento minoritario que no está plenamente convencido de su importancia, ya que la percepción de que el personal no esté siempre disponible para asistir puede generar preocupaciones sobre la accesibilidad y calidad del servicio, lo que podría afectar la satisfacción del usuario.

**Espero que la agencia tenga suficiente personal para manejar las cargas de trabajo y evitar demoras en el servicio.**



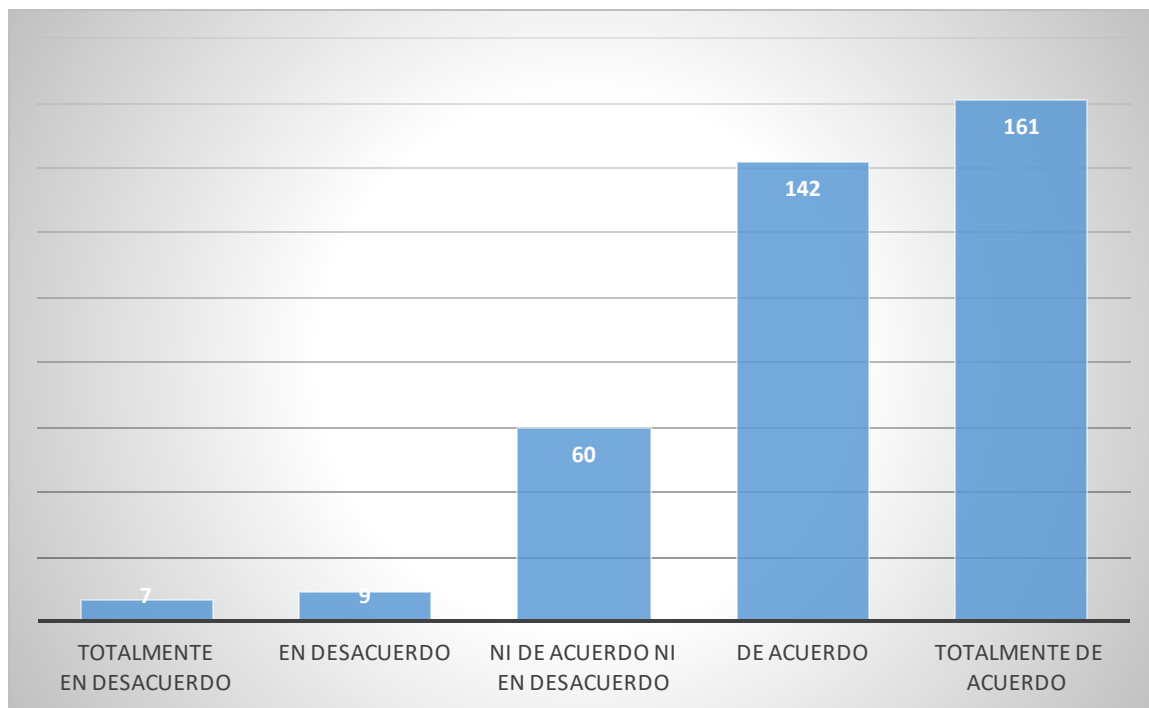
**Figura 15.** Expectativa sobre cantidad de personal

### **Análisis e interpretación**

Un 1.6% indicó estar "Totalmente en desacuerdo" y un 3.5% manifestó estar "En desacuerdo" con la afirmación de que esperan que la agencia tenga suficiente personal para manejar las cargas de trabajo y evitar demoras en el servicio, además, un 19.9% de los encuestados se ubicó en la categoría "Ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría de los usuarios valoran la importancia de tener suficiente personal para evitar demoras en el servicio, existe un segmento minoritario que no está completamente convencido de su relevancia, ya que la percepción de que la agencia pueda no tener suficiente personal puede generar preocupaciones sobre la eficiencia y calidad del servicio, lo que podría afectar la satisfacción del usuario.

**Espero que el personal de la agencia sea amable, respetuoso y muestre empatía hacia mi situación.**



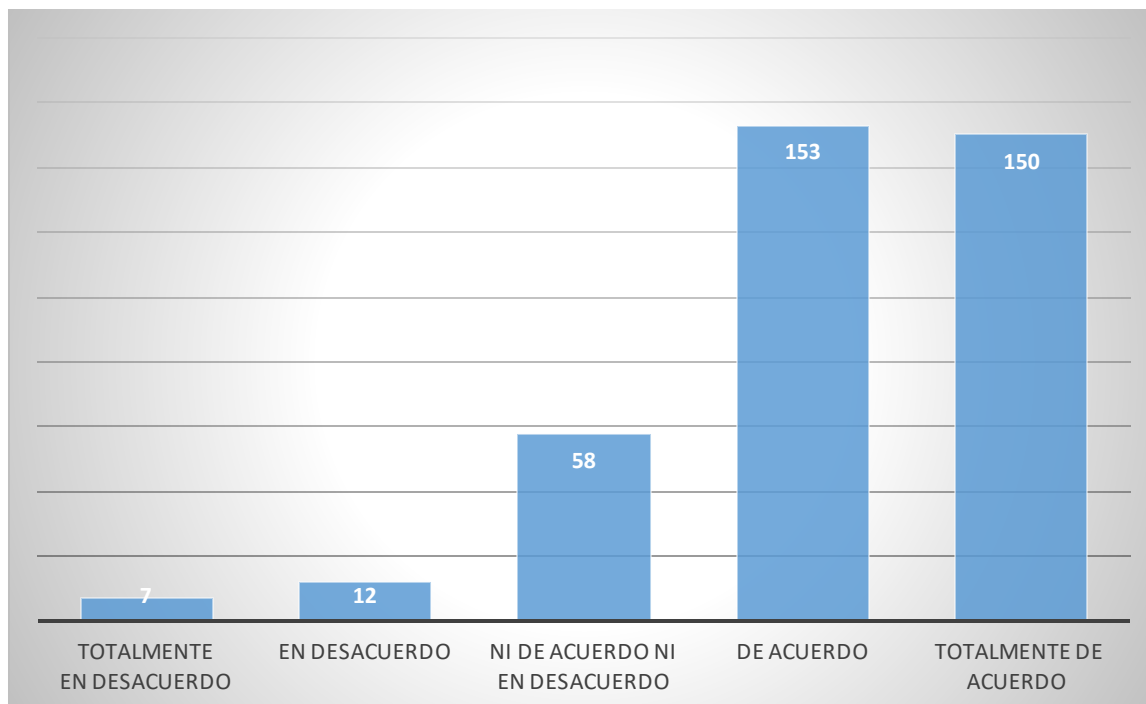
**Figura 16.** Expectativa sobre amabilidad del personal

### **Análisis e interpretación**

Un 1.85% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 2.37% se encuentran "En desacuerdo", lo que sugiere que un pequeño, pero notable segmento de la base de usuarios, percibe de manera negativa la conducta del personal, siendo más preocupante aún, un 15.83% de los usuarios se sitúan en una posición neutral ("Ni de acuerdo ni en desacuerdo"), lo que puede interpretarse como una falta de convicción positiva hacia el trato que reciben.

Estos porcentajes reflejan una impresión desfavorable que puede traducirse en un impacto negativo para la reputación de la agencia, ya que la presencia de estas percepciones adversas es un indicativo claro de que hay un margen considerable para mejorar la calidad del servicio al usuario, un factor crítico para la satisfacción y fidelización de los usuarios y para la imagen pública de la agencia.

**Creo que la agencia debería garantizar la confidencialidad y seguridad de mi información personal.**



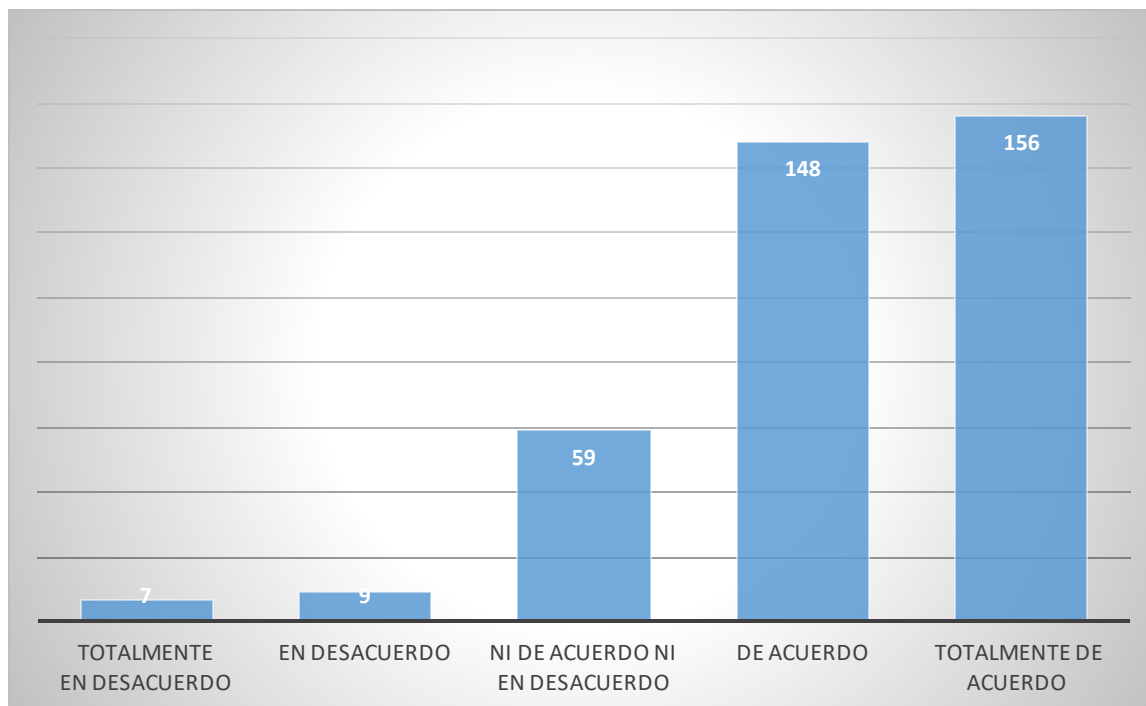
**Figura 17.** Expectativa sobre confidencialidad y seguridad

### **Análisis e interpretación**

Un 1.84% de los encuestados están "Totalmente en desacuerdo" con que la agencia garantiza la confidencialidad y seguridad de su información personal, mientras que un 3.16% se encuentra "En desacuerdo". Además, un 15.26% de los usuarios se sitúan en una posición neutral ("Ni de acuerdo ni en desacuerdo").

Estos porcentajes son críticos considerando la importancia de la confidencialidad y la seguridad de la información personal en la prestación de servicios. Este nivel de desconfianza o incertidumbre puede tener un impacto negativo considerable en la percepción de la agencia, pudiendo afectar la confianza de los usuarios en la entidad y su disposición a compartir información personal, lo que es fundamental para la operación efectiva de la agencia.

**Espero sentirme seguro al interactuar con el personal y al utilizar los servicios de la agencia.**



**Figura 18.** Expectativa sobre seguridad al interactuar

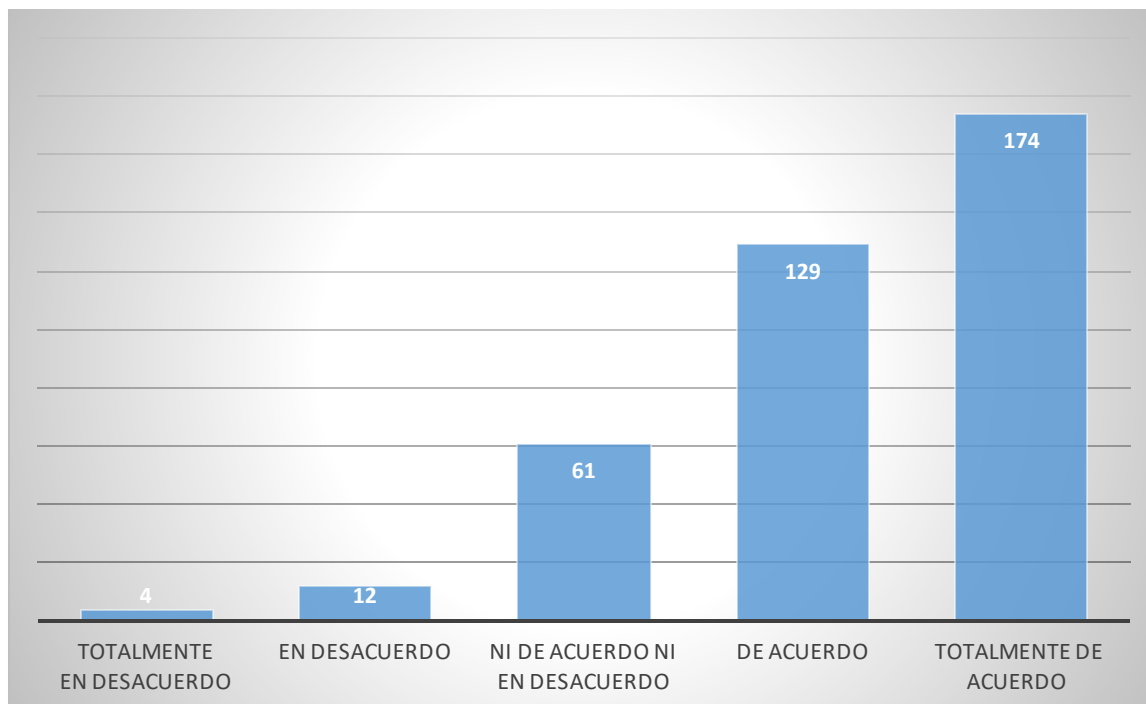
### **Análisis e interpretación**

El análisis de los resultados de la encuesta revela que un 1.85% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 2.37% están "En desacuerdo". Además, un 15.57% de los encuestados se encuentran "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que podría indicar una incertidumbre o una falta de percepción positiva sobre la seguridad que la agencia proporciona.

Estos porcentajes reflejan una preocupación no menor en cuanto a la seguridad percibida, un aspecto crítico que puede afectar negativamente la confianza en la agencia y, por extensión, su reputación y efectividad en la prestación de servicios, ya que existe una proporción significativa de usuarios que no se sienten completamente respaldados en términos de seguridad, lo cual es un área de posible mejora para la agencia.

**Anticipo que el personal estará bien informado y capacitado adecuadamente para ofrecer asesoramiento confiable.**





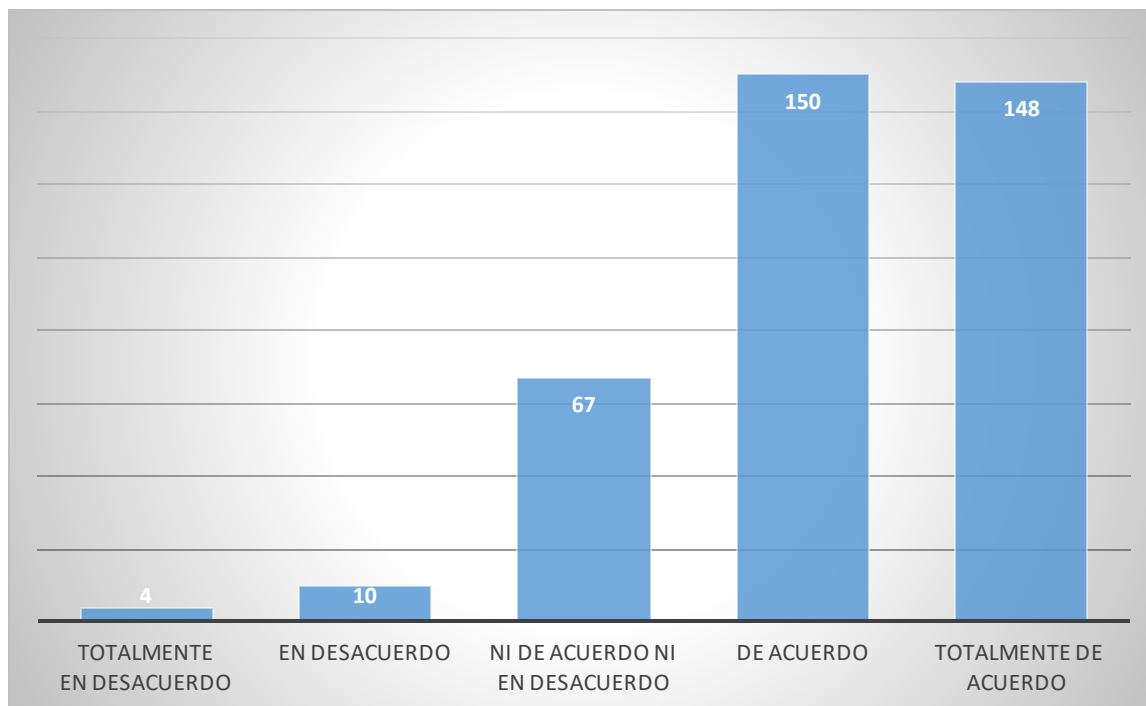
**Figura 19.** Expectativa sobre capacidad del personal

### **Análisis e interpretación**

Un 1.05% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 3.16% están "En desacuerdo". Estos porcentajes, aunque relativamente bajos, ponen de manifiesto que existe una preocupación con respecto a la competencia y la capacitación del personal. Además, un 16.05% de los usuarios se encuentran en la categoría de "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo cual sugiere que hay una porción de usuarios que duda sobre la capacidad del personal para proporcionar asesoramiento fiable.

Esto refleja un área de potencial mejora que podría afectar negativamente la confianza en la agencia y su credibilidad, siendo esto crucial, ya que la expectativa de asesoramiento competente y confiable es central para la calidad percibida del servicio y para la satisfacción del usuario.

**Espero que la agencia tenga políticas claras para manejar y resolver conflictos o desacuerdos.**



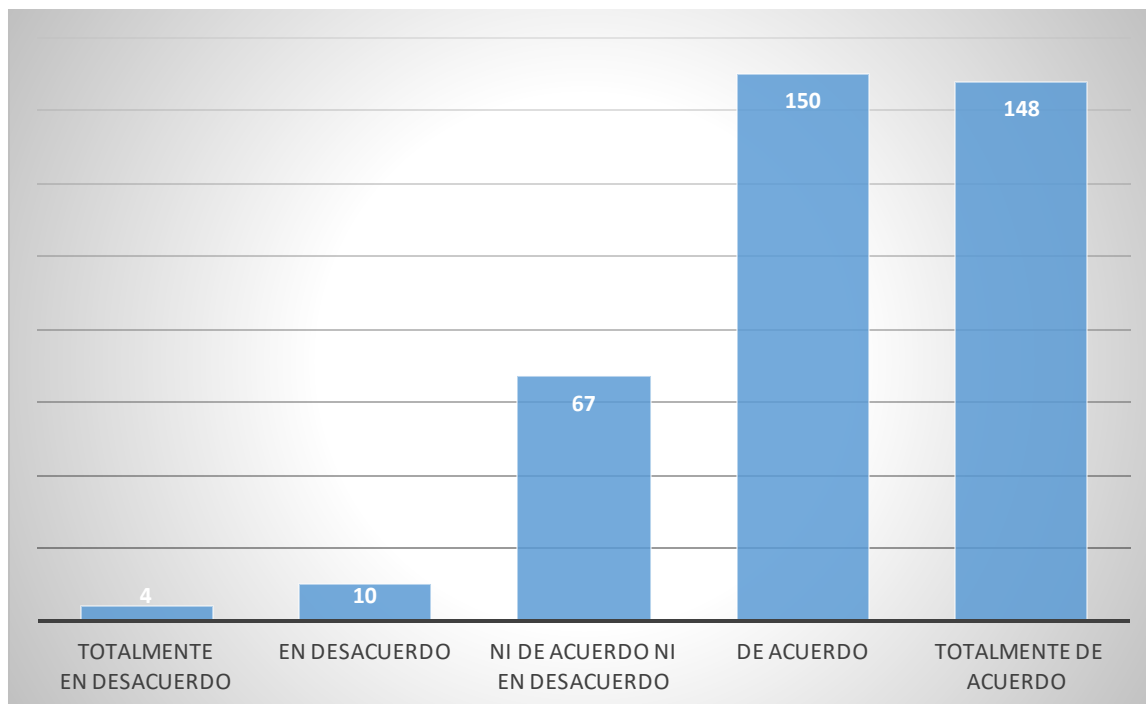
**Figura 20.** Expectativa a sobre políticas

### **Análisis e interpretación**

Un 1.06% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 2.64% están "En desacuerdo", lo que sugiere que existe un segmento de la base de usuarios que percibe deficiencias en las políticas de resolución de conflictos de la agencia. Además, un 17.68% de los usuarios se posicionan en "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que indica una considerable incertidumbre o falta de conocimiento sobre estas políticas.

Estas respuestas representan más del 21% de los participantes, podría tener un efecto negativo en la percepción general de la eficacia y transparencia de la agencia, ya que la claridad y eficacia en la resolución de conflictos son cruciales para la confianza del usuario y para la reputación de la agencia, haciendo de estos resultados un punto de atención prioritario.

**Espero que el personal de la agencia se tome el tiempo para entender mis necesidades específicas.**



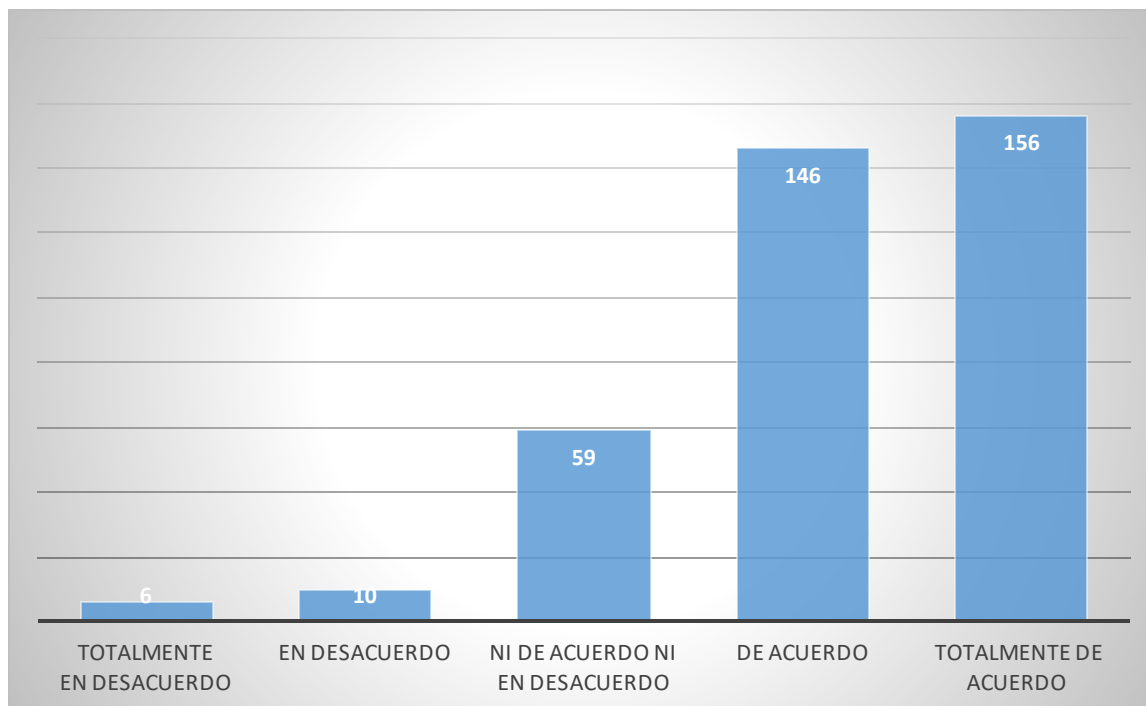
**Figura 21.** Expectativa sobre atención a necesidades específicas

### **Análisis e interpretación**

Los resultados muestran que un 1.06% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 2.64% están "En desacuerdo". Estos porcentajes, aunque representan una minoría, son significativos porque indican una posible falta de personalización en la atención al usuario. Además, un 17.68% de los usuarios se sitúan en "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que sugiere que hay un segmento considerable de usuarios que no perciben un esfuerzo consistente del personal para comprender sus necesidades individuales.

Esto puede tener implicaciones negativas en la percepción del compromiso de la agencia con la atención personalizada y en la satisfacción general del usuario, siendo estos hallazgos importantes ya que la atención personalizada es un componente esencial de la calidad del servicio y puede influir en la lealtad del usuario.

**Espero que el personal muestre genuino interés en resolver mis consultas o problemas.**



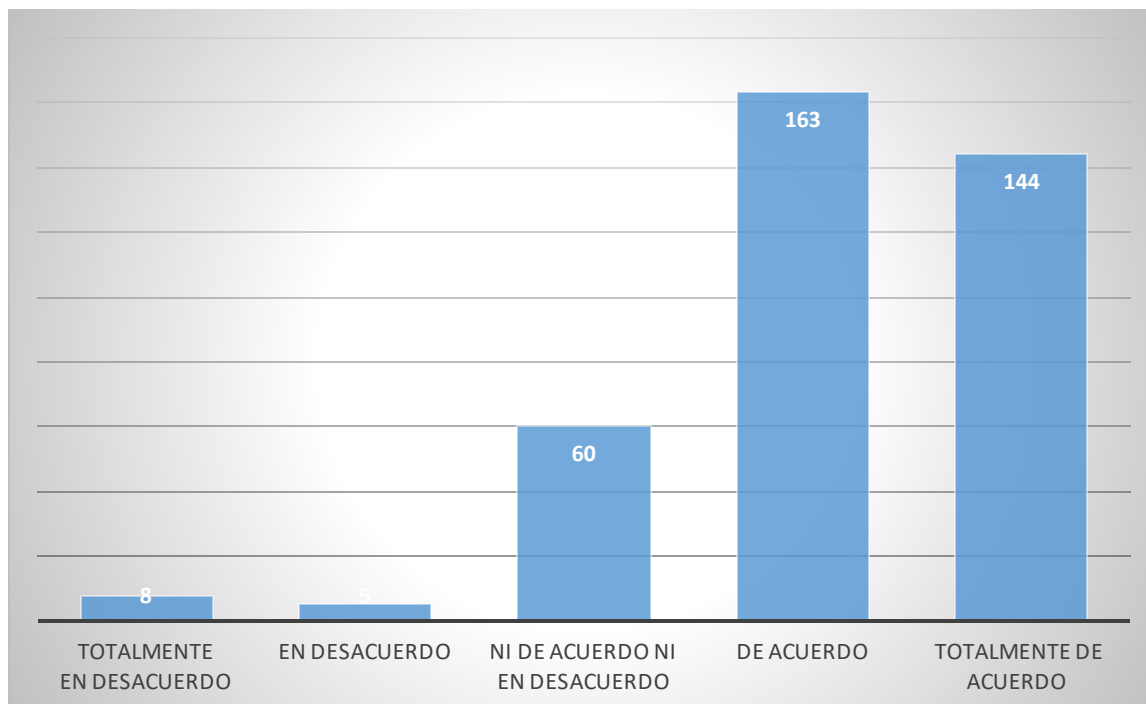
**Figura 22.** Expectativa sobre resolución de consultas

### **Análisis e interpretación**

Los resultados de la encuesta muestran que un 1.59% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 2.65% están "En desacuerdo". Estos porcentajes pueden ser vistos como una señal de alerta, ya que reflejan una percepción negativa en cuanto al compromiso del personal con la resolución de problemas. Además, un 15.65% de los usuarios se encuentran en la categoría de "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que sugiere que existe una proporción considerable de usuarios que no perciben un interés claro por parte del personal en atender sus necesidades.

La suma de estas respuestas negativas y neutrales, que representan aproximadamente el 20% de los encuestados, es significativa y podría impactar negativamente en la imagen de la agencia y en la satisfacción del usuario. El interés genuino del personal en resolver las consultas o problemas es un componente crucial de un servicio al usuario efectivo y puede influir directamente en la fidelidad y confianza de los usuarios hacia la agencia.

**Anticipo que el personal será paciente y atento en sus interacciones conmigo.**



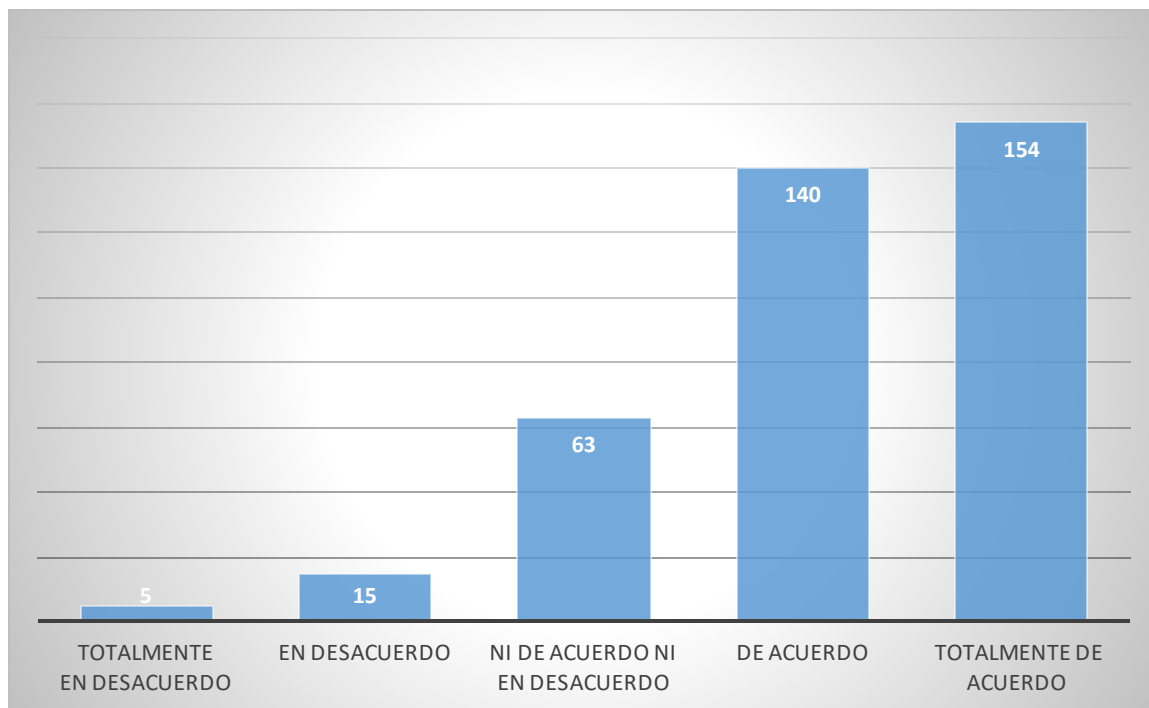
**Figura 23.** Expectativa sobre paciencia del personal

### **Análisis e interpretación**

Un 2.11% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 1.32% están "En desacuerdo". Estos porcentajes indican que existe una minoría de usuarios que siente que el personal no cumple con el nivel de paciencia y atención esperado, además, un 15.79% de los usuarios no se inclinan ni hacia el acuerdo ni el desacuerdo, lo cual puede interpretarse como una falta de consistencia en la atención recibida por parte del personal o una expectativa no completamente satisfecha en este aspecto.

Estas opiniones negativas y neutrales sugieren que hay un margen importante para mejorar la percepción de la atención al usuario, ya que la paciencia y atención en el servicio son fundamentales para la experiencia del usuario y son directamente proporcional a la satisfacción y lealtad hacia la agencia.

**Espero que la agencia ofrezca servicios y asistencia adaptados a las necesidades individuales de los usuarios.**



**Figura 24.**Expectativa sobre asistencia en el servicio

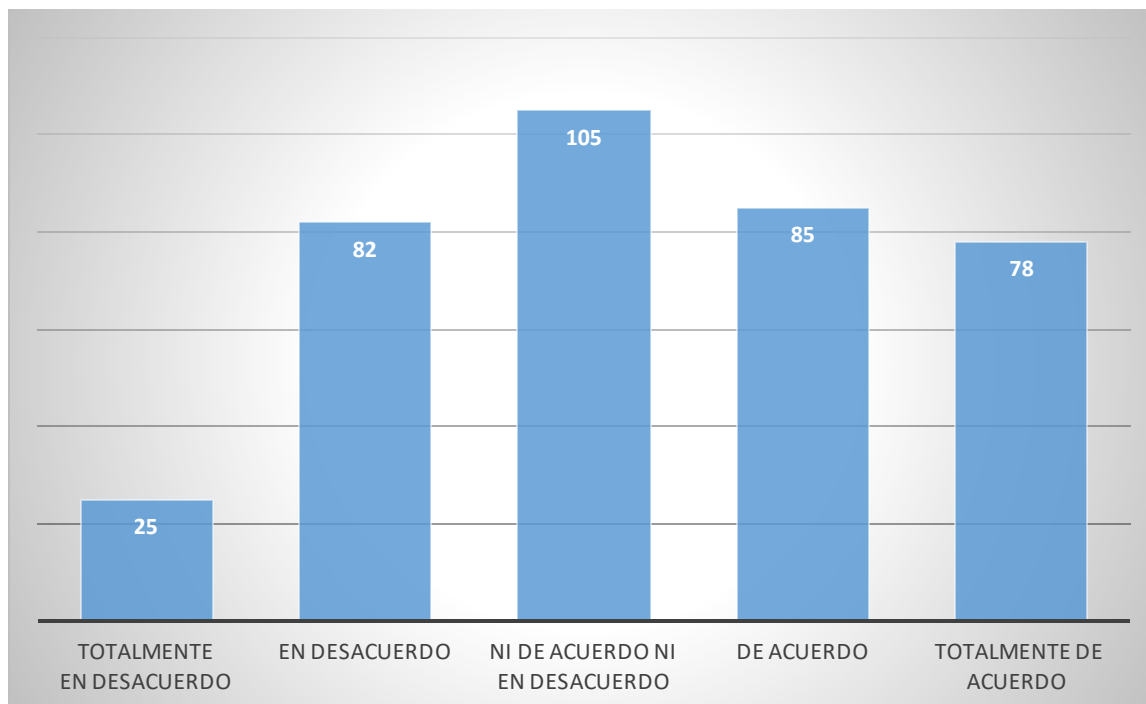
### **Análisis e interpretación**

Se observa que un 1.33% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 3.98% están "En desacuerdo". Esto refleja una preocupación por parte de una minoría de los usuarios sobre la capacidad de la agencia para personalizar su oferta de servicios. Además, un 16.71% de los usuarios no se define ni como de acuerdo ni en desacuerdo, indicando una posible incertidumbre o inconsistencia en la personalización de los servicios ofrecidos.

Estas respuestas destacan un área importante de mejora en la adaptación de los servicios a las necesidades individuales, un factor que puede ser determinante en la percepción de calidad y satisfacción del usuario.

### **Dimensión: Percepciones**

**Las instalaciones de la agencia son modernas, limpias y bien equipadas.**



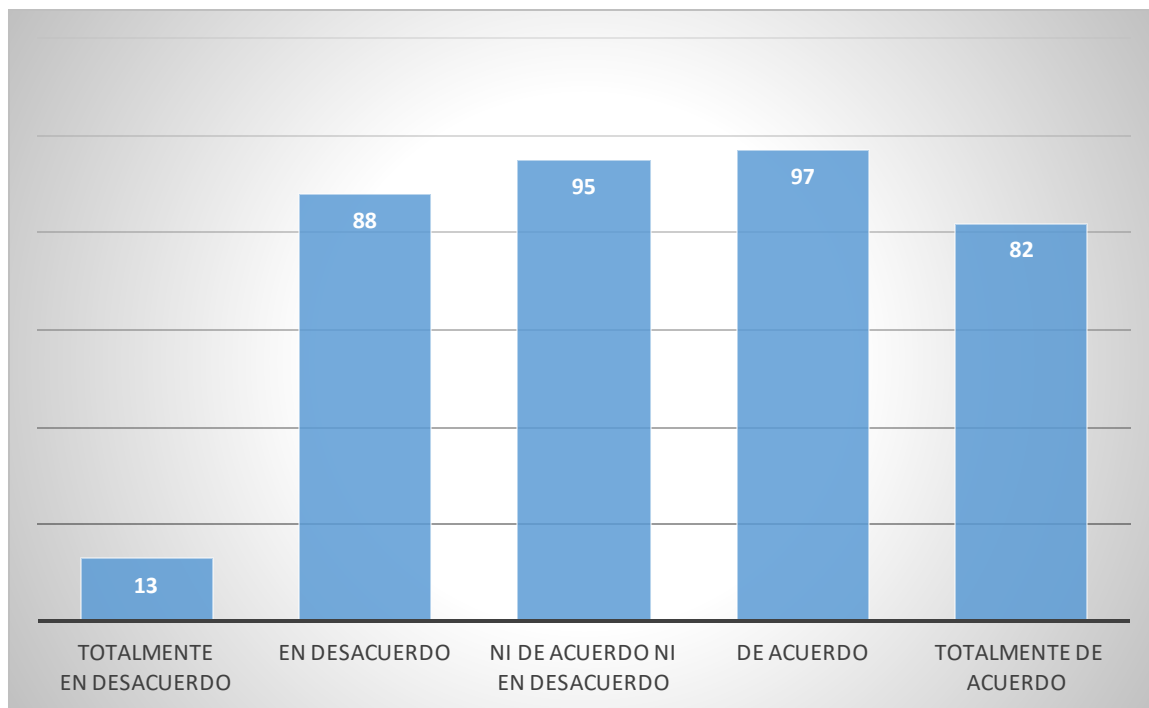
**Figura 25.** Percepciones sobre instalaciones

### **Análisis e interpretación**

Un 6.67% están "Totalmente en desacuerdo" y un 21.87% están "En desacuerdo" respecto a la afirmación de que las instalaciones son modernas, limpias y bien equipadas, lo que suma un 28.54% de respuestas que reflejan una percepción negativa. Además, el hecho de que un 28% de los usuarios no se incline ni hacia el acuerdo ni hacia el desacuerdo indica una falta de una impresión positiva definida sobre las instalaciones.

Esto sugiere que, para más de la mitad de los usuarios, las instalaciones no cumplen con los estándares de calidad esperados o son indiferentes a ellas, lo cual puede ser perjudicial para la imagen de la agencia. Instalaciones que no se perciben como modernas o adecuadamente mantenidas pueden comprometer la experiencia del usuario y afectar su percepción general de la profesionalidad y eficacia de la agencia, por lo que tal situación puede influir en la decisión del usuario de volver a utilizar los servicios de la agencia y potencialmente dañar su reputación a largo plazo.

**El material informativo proporcionado por la agencia (folletos, sitio web, etc.) es claro y profesional.**



**Figura 26.** Percepciones sobre material informativo proporcionado

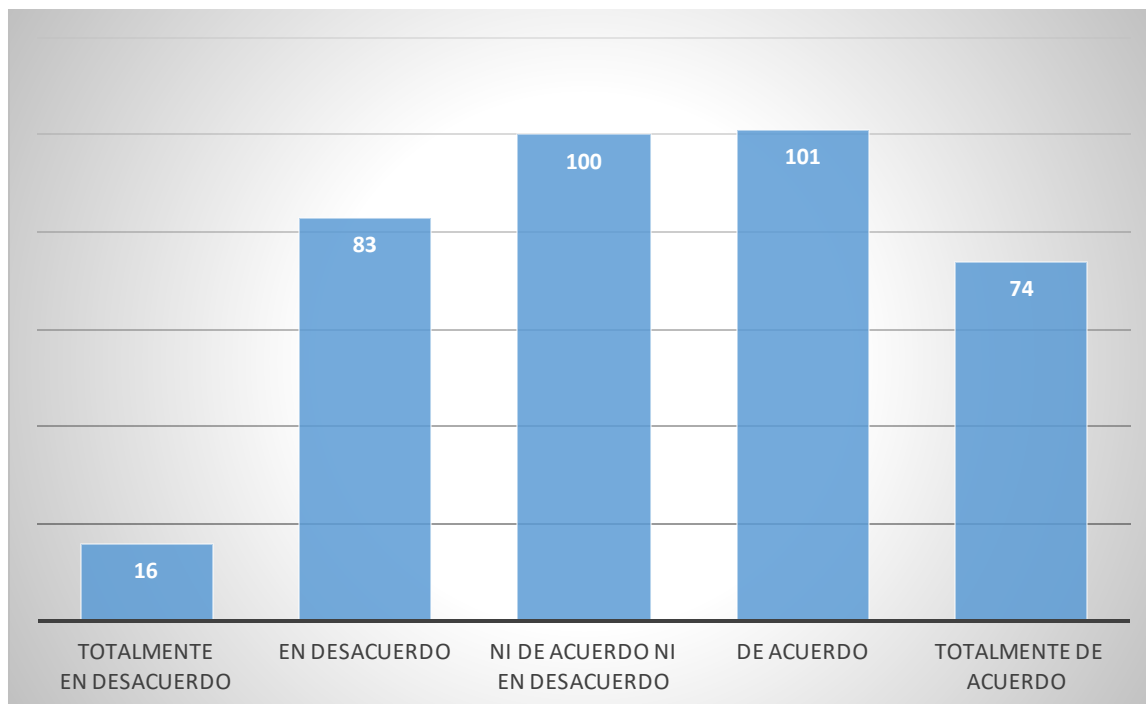
### **Análisis e interpretación**

Un 3.47% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 23.47% están "En desacuerdo" con la afirmación de que el material informativo es claro y profesional, lo que sugiere que más de un cuarto de los usuarios perciben deficiencias en la calidad y claridad del material informativo, lo que representa una preocupación importante para la comunicación de la agencia. además, un 25.33% de los encuestados se posicionan como "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que puede indicar que el material informativo no está dejando una impresión convincente de profesionalidad o no está siendo suficientemente informativo para un segmento significativo de usuarios.

Esto refleja un impacto negativo en la percepción de la capacidad de la agencia para comunicarse eficazmente con su audiencia. Esto puede afectar la imagen de la agencia, su credibilidad y la efectividad de su alcance e interacción con los usuarios.

**La tecnología utilizada por la agencia (software, hardware, etc.) es de última generación.**





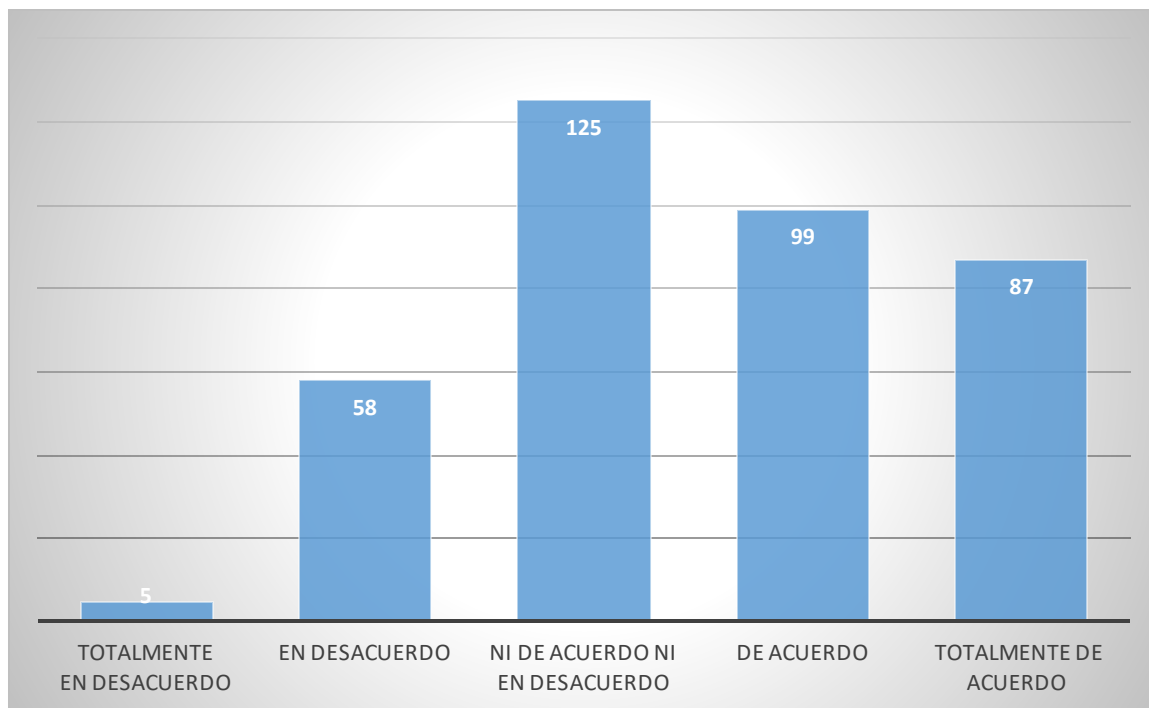
**Figura 27.** Percepciones sobre tecnología utilizada por la agencia

### **Análisis e interpretación**

Un 4.28% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 22.19% están "En desacuerdo" con la afirmación de que la agencia utiliza tecnología de última generación, lo que indica que más de una cuarta parte de los usuarios percibe que la tecnología empleada es obsoleta o no está al nivel esperado, además, un 26.74% de los usuarios no se posiciona ni a favor ni en contra, lo que podría sugerir una falta de percepción sobre la modernidad o relevancia de la tecnología implementada por la agencia, por lo que esta neutralidad puede ser interpretada como un desconocimiento de la tecnología actual o como una expectativa no satisfecha en términos de innovación tecnológica.

La suma de las percepciones negativas y neutras, que representan más del 53% de las respuestas, sugiere que la agencia podría no estar cumpliendo con las expectativas tecnológicas actuales, lo que puede afectar la eficiencia percibida, la satisfacción del usuario y potencialmente la imagen de la agencia como una entidad a la vanguardia en su campo.

**El personal de la agencia tiene una apariencia ordenada y profesional.**



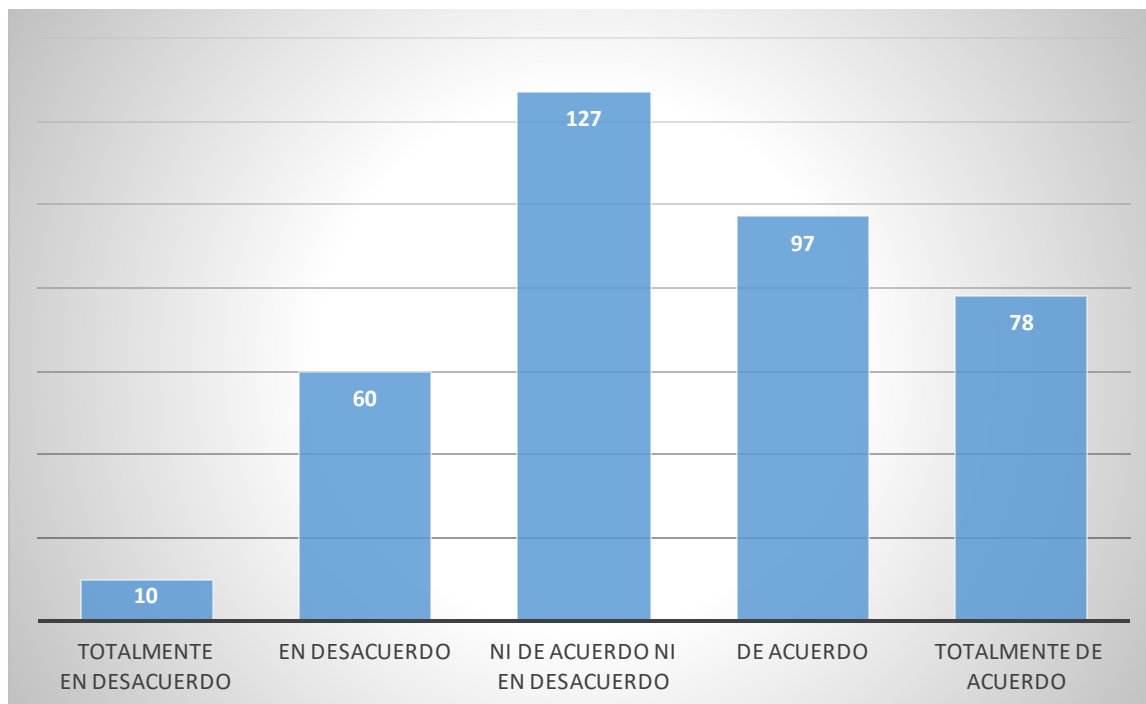
**Figura 28.** Percepciones sobre apariencia ordenada y profesional personal

### **Análisis e interpretación**

Los resultados de la encuesta indican que un 1.34% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 15.51% están "En desacuerdo" con la afirmación de que el personal de la agencia tiene una apariencia ordenada y profesional, esta percepción negativa por parte de casi el 17% de los usuarios sugiere que la presentación del personal puede estar incumpliendo las expectativas de profesionalismo y orden, sumado a que el 33.42% de los usuarios que se posicionan en "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" reflejan una notable ambivalencia hacia la apariencia del personal, lo que podría interpretarse como una falta de una imagen fuerte y positiva que la agencia debería proyectar.

Estos aspectos son cruciales en la formación de la primera impresión y pueden influir en la confianza y comodidad de los usuarios al interactuar con la agencia. Una apariencia no profesional del personal puede comprometer la percepción de la calidad del servicio y la seriedad de la institución, teniendo un impacto negativo en la reputación general de la agencia y potencialmente en la satisfacción y fidelización del usuario

**La señalización y los espacios físicos de la agencia son fáciles de navegar y acceder.**



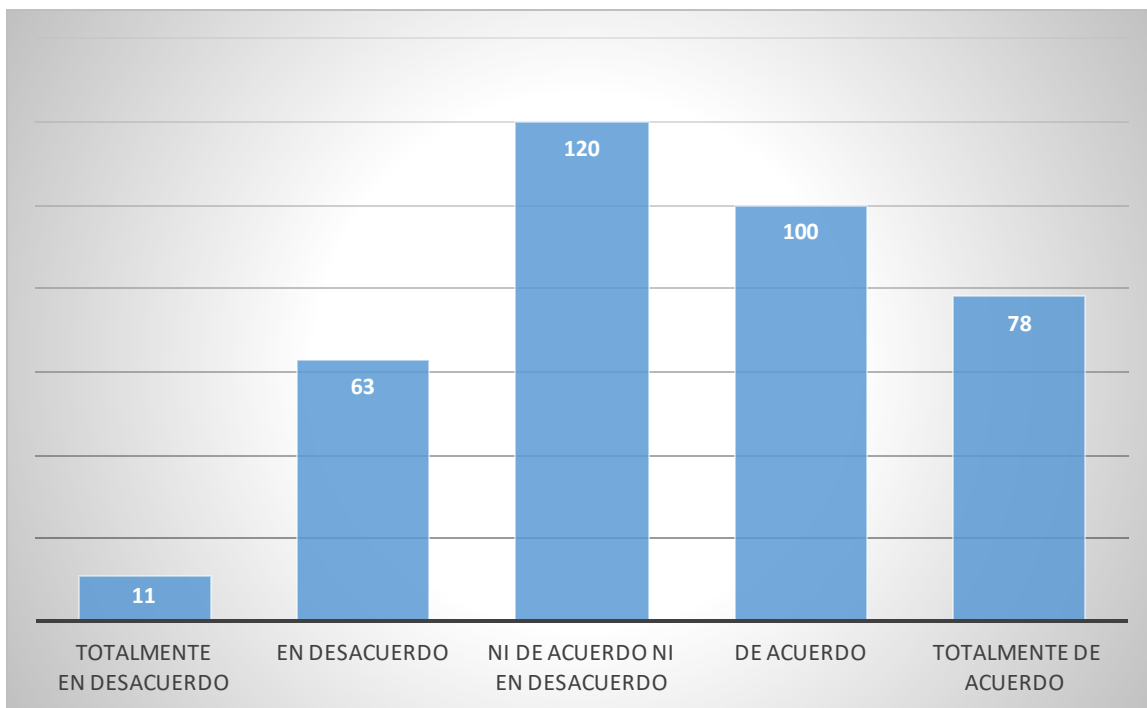
**Figura 29.** Percepciones sobre señalización y los espacios físicos

### **Análisis e interpretación**

Un 2.69% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 16.13% están "En desacuerdo" con la afirmación de que estos aspectos son fáciles de manejar. Esto indica que aproximadamente un quinto de los usuarios enfrenta dificultades con la señalización y la accesibilidad dentro de las instalaciones de la agencia, lo que puede representar una barrera significativa para la navegación efectiva y una experiencia de usuario positiva, mientras que, un notable 34.14% de los usuarios no se siente ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que sugiere que hay una considerable incertidumbre o falta de impresión clara sobre la señalización y la accesibilidad.

Esto refleja que la agencia podría estar fallando en proporcionar un entorno físico que sea intuitivo y acogedor para los usuarios. Este problema puede conducir a la frustración y disminuir la eficiencia de los servicios que la agencia intenta proporcionar, afectando la percepción general de la capacidad y la atención al detalle de la organización.

**La agencia cumple con sus promesas y compromisos de servicio de manera consistente.**



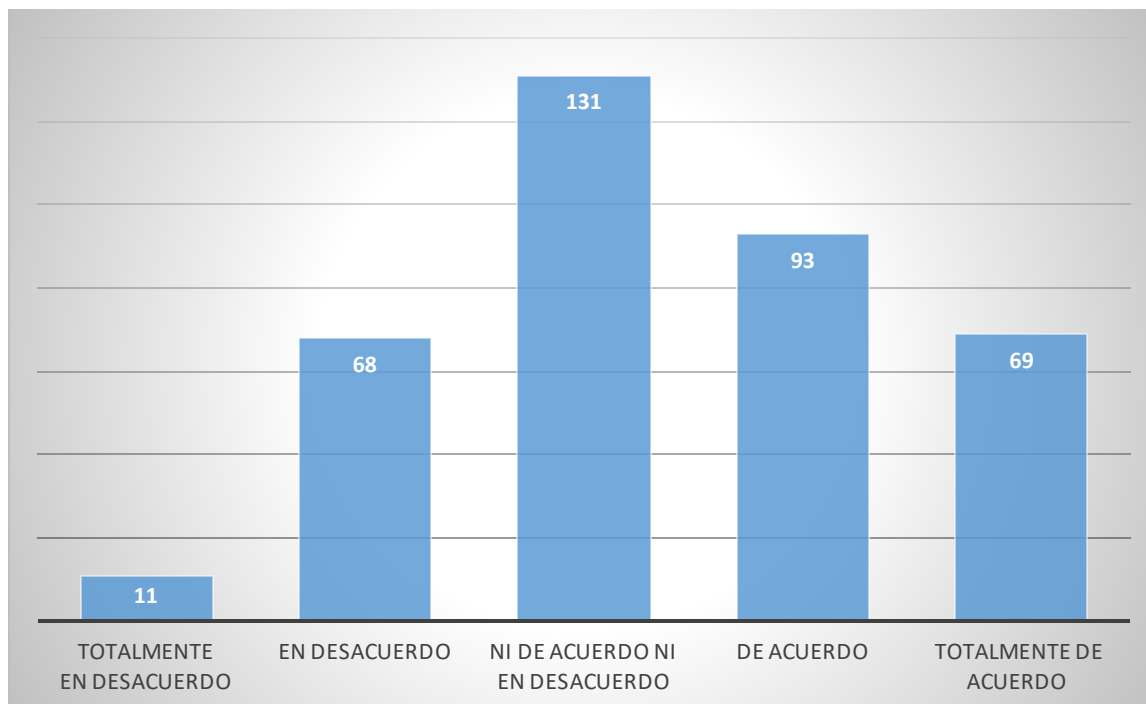
**Figura 30.** Percepciones sobre promesas y compromisos de servicio

### **Análisis e interpretación**

Un 2.96% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 16.94% están "En desacuerdo", sumando casi un 20% de los encuestados que sienten que la agencia no está cumpliendo de manera efectiva con sus compromisos de servicio, además, un significativo 32.26% de los usuarios permanecen neutrales, indicando que para un tercio de los usuarios, la agencia no ha logrado establecer una impresión clara de confiabilidad en su cumplimiento de promesas.

Esta percepción de incumplimiento y la indiferencia hacia la fiabilidad de la agencia pueden tener implicaciones negativas en la confianza del usuario y en su lealtad a largo plazo, ya que la capacidad de una agencia para cumplir consistentemente con lo que promete es fundamental para mantener la credibilidad y la satisfacción del usuario. La falta de convicción en esta área podría afectar adversamente la reputación de la agencia y su relación con los usuarios, socavando potencialmente la efectividad de sus servicios.

**La agencia lleva a cabo sus servicios de forma precisa y sin errores.**



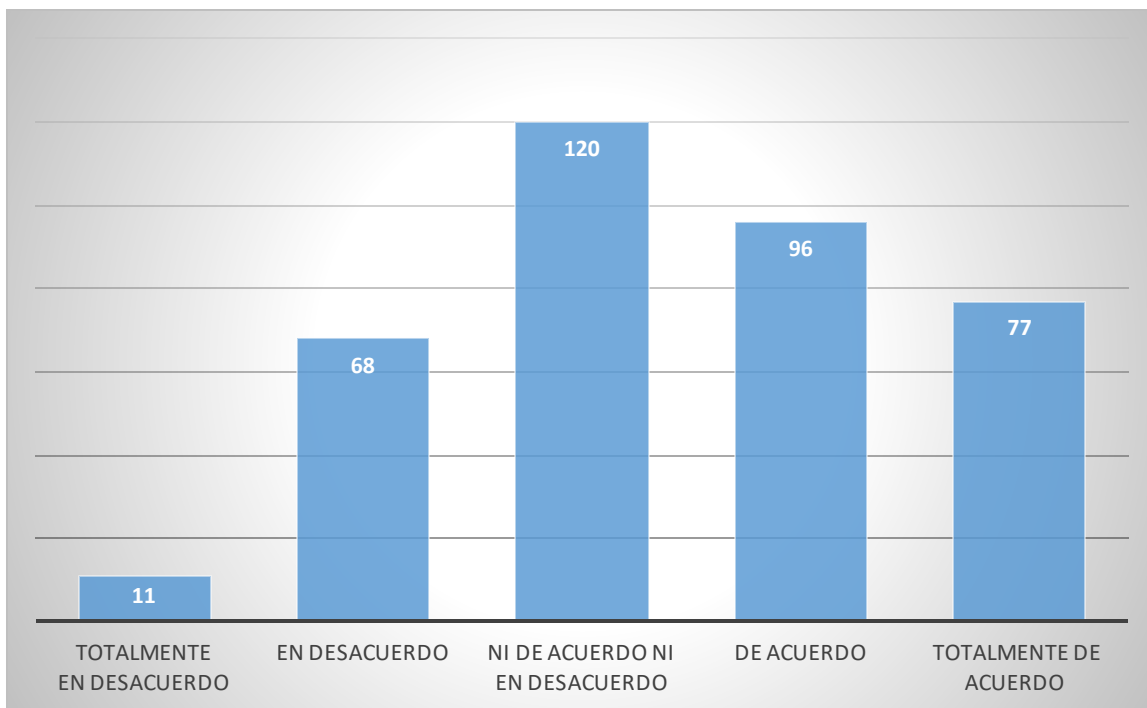
**Figura 31.** Percepciones sobre precisión del servicio

### **Análisis e interpretación**

Los resultados de la encuesta relacionados con la percepción de la precisión y la ausencia de errores en los servicios de la agencia indican puntos de mejora potencial. Un 2.96% de los encuestados está "Totalmente en desacuerdo" y un 18.28% está "En desacuerdo" con la afirmación de que la agencia lleva a cabo sus servicios de forma precisa y sin errores, adicionalmente, un significativo 35.22% de los usuarios no se manifiesta ni a favor ni en contra, lo que podría indicar una falta de consistencia o una percepción indistinta sobre la calidad y precisión del servicio.

Esto sugiere que puede haber un impacto negativo en la confianza y credibilidad de la agencia. La exactitud en la prestación de servicios es fundamental para la satisfacción del usuario y la reputación de la agencia, así como estos resultados indican que hay aspectos en este ámbito que podrían estar afectando la percepción de eficiencia y profesionalismo de la organización.

**La agencia mantiene un registro preciso y actualizado de mis interacciones y transacciones.**



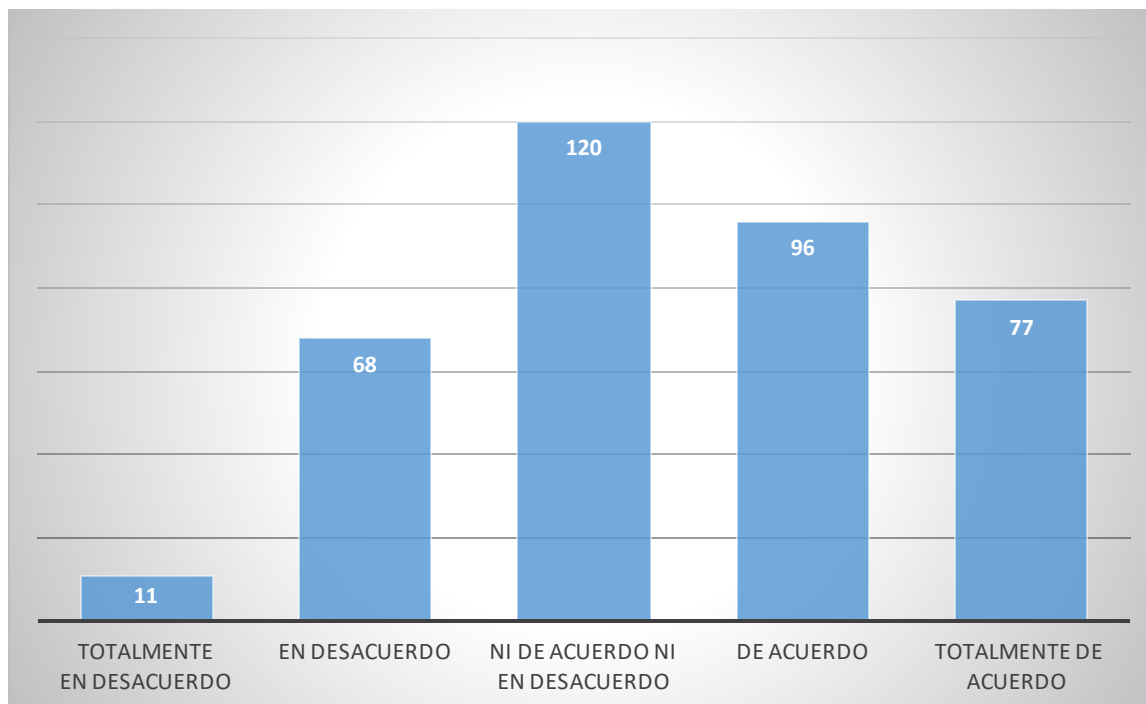
**Figura 32.** Percepciones sobre registro de interacciones

### **Análisis e interpretación**

Un 2.96% están "Totalmente en desacuerdo" y un 18.28% están "En desacuerdo" con la idea de que la agencia mantiene un registro preciso y actualizado, lo que significa que estos usuarios cuestionan la capacidad de la agencia para llevar un seguimiento adecuado, además, un 32.26% de los usuarios se posicionan en "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que refleja una falta de confianza o conocimiento sobre la eficacia del sistema de registro de la agencia.

Estas cifras, destacan un posible impacto negativo en la percepción de la fiabilidad y la eficiencia operativa de la agencia. Un registro preciso es crítico para brindar un servicio al usuario personalizado y eficiente, y la percepción de deficiencia en esta área puede afectar la confianza del usuario y su disposición para interactuar con la agencia.

**La agencia proporciona servicios de manera constante bajo cualquier circunstancia.**



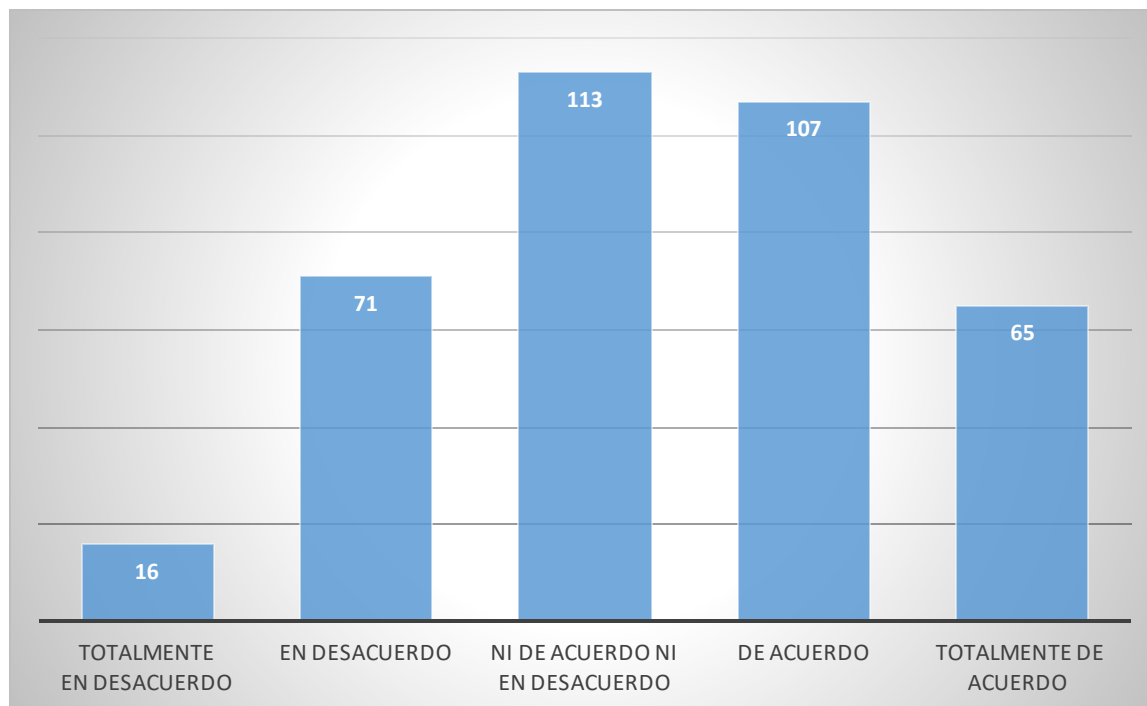
**Figura 33.** Percepciones sobre servicios de manera constante bajo cualquier circunstancia

### **Análisis e interpretación**

La percepción de que la agencia proporciona servicios de manera constante bajo cualquier circunstancia es cuestionada por un porcentaje de usuarios, lo que refleja una preocupación por la consistencia en la prestación de servicios. Un 2.96% de los encuestados están "Totalmente en desacuerdo" y un 18.28% están "En desacuerdo" respecto a la constancia en el servicio, lo que indica que una parte de los usuarios ha experimentado inconsistencias o interrupciones en el servicio que la agencia se compromete a ofrecer. Adicionalmente, el hecho de que un 32.26% de los usuarios no se definan en su acuerdo o desacuerdo podría señalar una falta de percepción clara de la agencia como una entidad confiable en todas las situaciones.

Esta incertidumbre en la prestación constante de servicios puede tener un impacto significativo en la reputación de la agencia y la confianza del usuario, ya que la fiabilidad es un componente esencial de la calidad del servicio, ya que la capacidad de una agencia para operar de manera efectiva bajo diversas circunstancias es crítica para mantener la satisfacción del usuario y la fidelidad a largo plazo.

**Cualquier problema o queja que presenté fue resuelto de manera efectiva y en un tiempo razonable.**



**Figura 34.** Percepciones sobre resolución de problemas

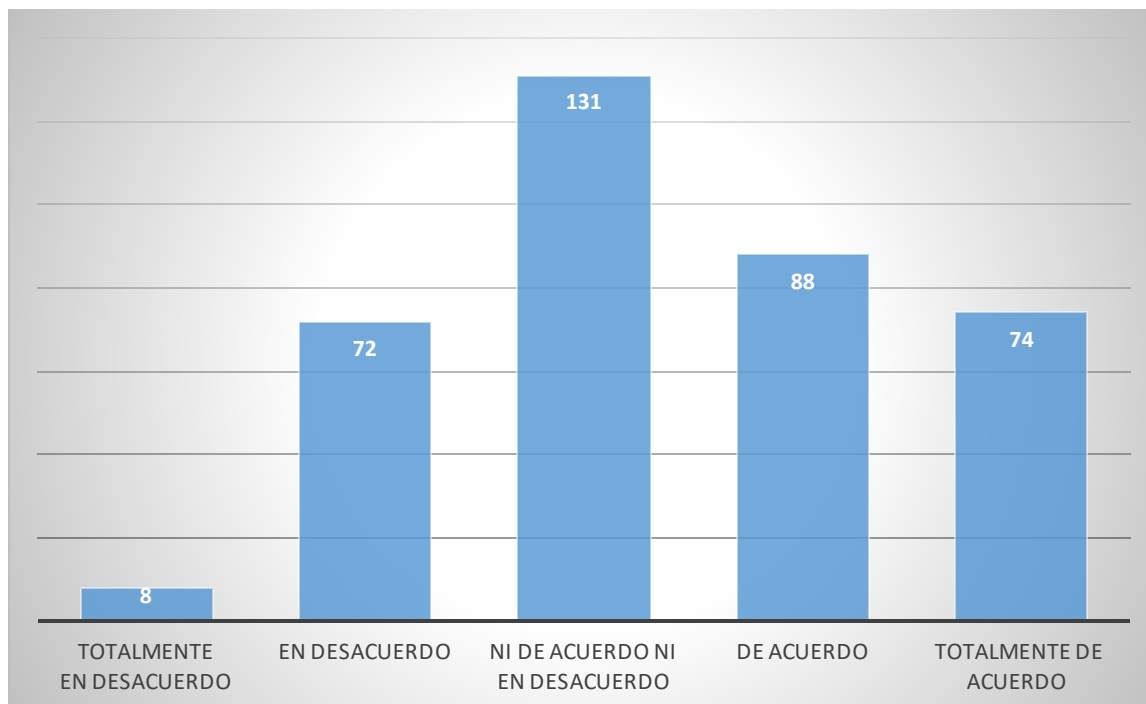
### **Análisis e interpretación**

Un 4.30% de los usuarios está "Totalmente en desacuerdo" y un 19.09% está "En desacuerdo" con que sus problemas o quejas han sido resueltos de manera efectiva y en un tiempo razonable, estos porcentajes, lo que indica una insatisfacción significativa con los procesos de resolución de la agencia, además, el 30.38% de los usuarios que no se posicionan ni en acuerdo ni en desacuerdo apunta a una percepción de incertidumbre o indiferencia hacia la eficacia de la agencia en el manejo de problemas.

Esto puede interpretarse como una falta de confianza en la capacidad de la agencia para abordar las preocupaciones de los usuarios de manera oportuna y satisfactoria, ya que tales percepciones pueden comprometer la credibilidad de la agencia y potencialmente dañar la relación a largo plazo con los usuarios, lo que subraya la importancia de una gestión efectiva de quejas y problemas

**El personal de la agencia responde rápidamente a mis consultas y solicitudes.**





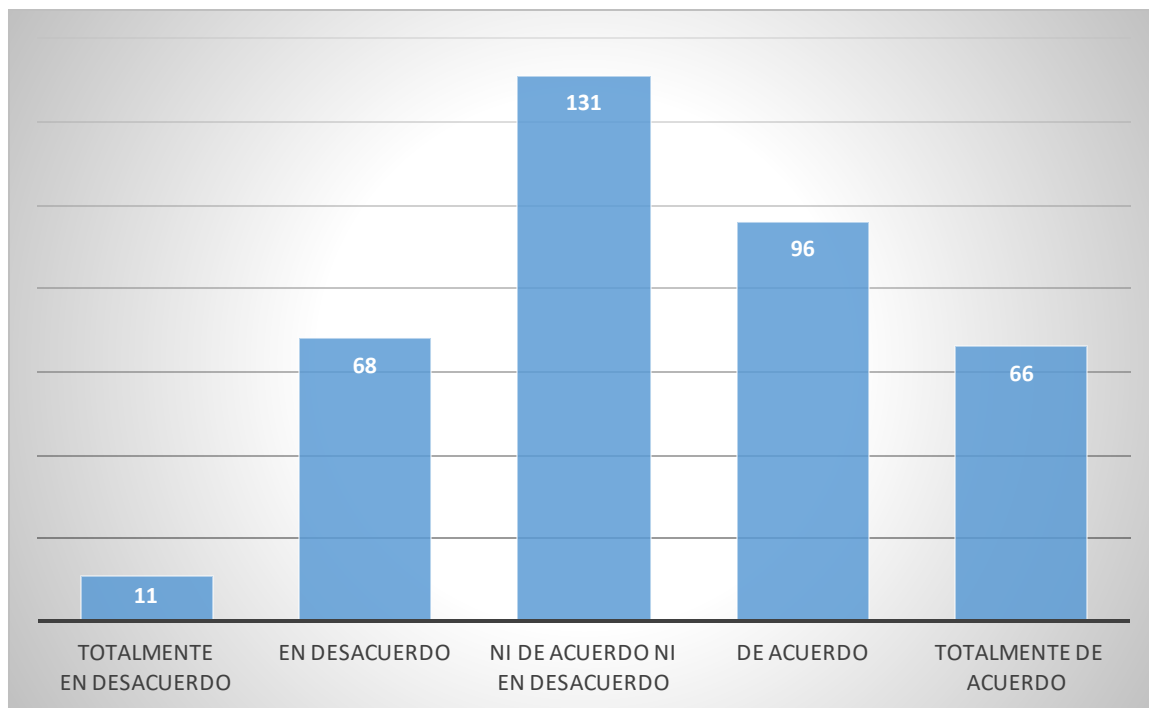
**Figura 35.** Percepciones sobre respuesta a consultas

### **Análisis e interpretación**

La encuesta muestra que un 2.14% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 19.30% están "En desacuerdo" con la idea de que el personal de la agencia responde rápidamente a sus consultas y solicitudes, indicando que una porción de los usuarios ha experimentado retrasos o una respuesta más lenta de lo esperado, además, un 35.12% no se define claramente en un sentido u otro, lo cual podría reflejar experiencias inconsistentes en cuanto a la rapidez de respuesta del personal.

Esta percepción podría ser indicativa de un problema en la eficiencia de la comunicación interna y la capacidad de respuesta de la agencia, por lo que la rapidez en la atención a las consultas y solicitudes es un factor crítico que afecta directamente la satisfacción del usuario, así como su percepción de la eficacia de la agencia. La falta de una respuesta rápida puede llevar a la frustración del usuario, afectando la imagen de la agencia y potencialmente su capacidad para retener a los usuarios. En el entorno de servicio al usuario de hoy en día, donde las expectativas de inmediatez son altas, cualquier retraso o percepción de lentitud puede tener repercusiones negativas significativas en la reputación de la organización

**La agencia es proactiva en la comunicación sobre cualquier cambio o problema.**



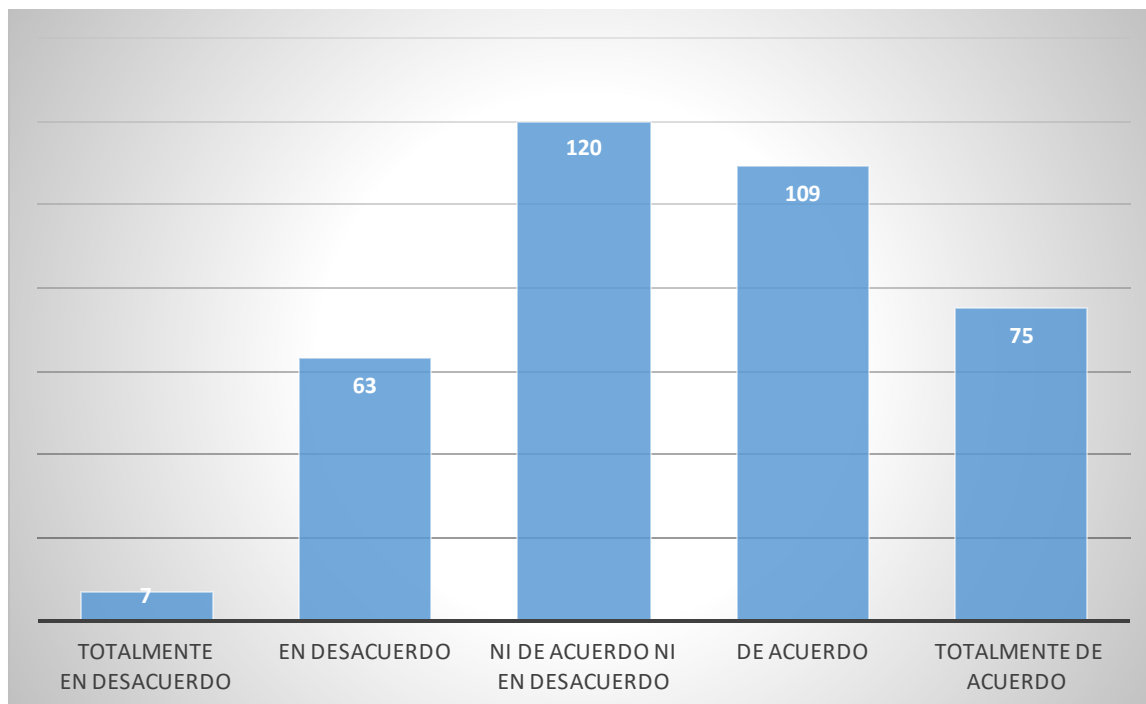
**Figura 36.** Percepciones sobre proactividad

### **Análisis e interpretación**

Un 2.96% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 18.28% están "En desacuerdo" con la idea de que la agencia es proactiva en este aspecto. Esto sugiere que alrededor del 21% de los usuarios percibe que la agencia no comunica de manera efectiva o anticipada los cambios o problemas que podrían afectarles, además el hecho de que un 35.22% de los encuestados se mantenga "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" también es indicativo de un problema, ya que refleja una falta de impresión positiva sobre la comunicación de la agencia.

La comunicación proactiva es fundamental para construir y mantener la confianza, y una percepción de falta de transparencia o retraso en la comunicación puede dañar significativamente la reputación de la agencia y su relación con los usuarios, ya que en un entorno de servicio donde los usuarios esperan estar bien informados, la incapacidad de cumplir con estas expectativas puede tener un impacto negativo en la satisfacción del usuario y en la percepción de la confiabilidad de la agencia.

**El personal está siempre disponible para asistirme cuando lo necesito.**



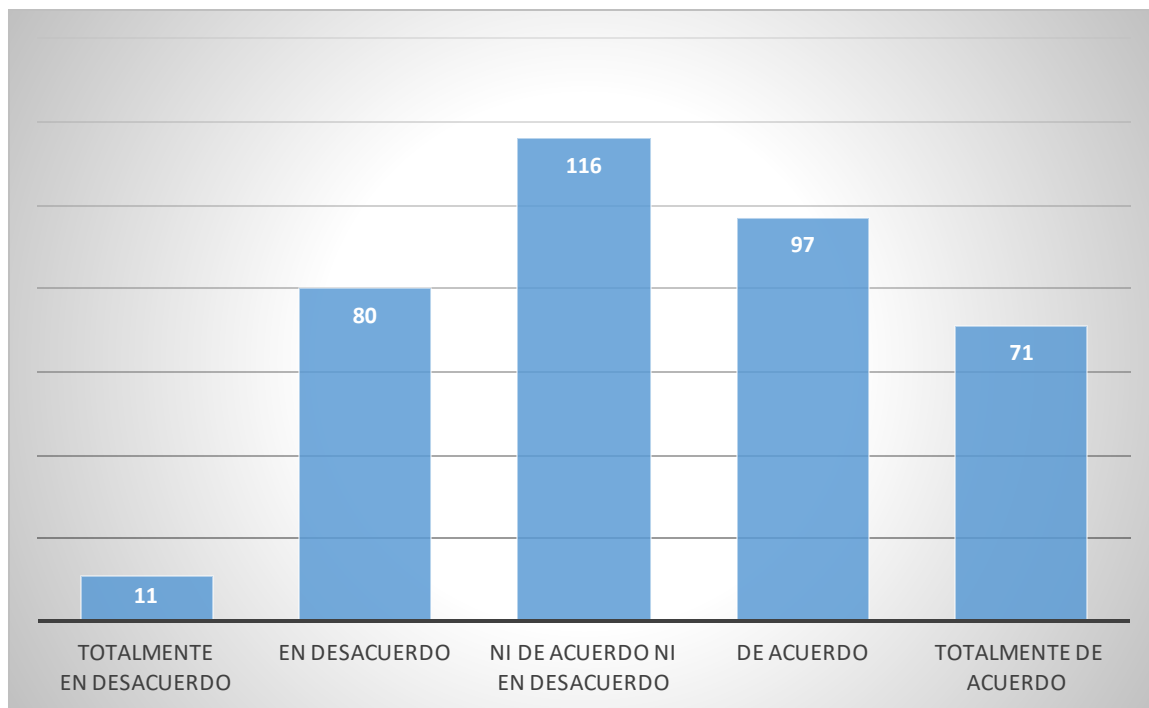
**Figura 37.** Percepciones sobre asistencia

### **Análisis e interpretación**

Con un 2.93% de los usuarios que se muestran "Totalmente en desacuerdo" y un 21.33% "En desacuerdo", se evidencia que una proporción considerable de los encuestados percibe una falta de personal adecuado para satisfacer las demandas de servicio de manera eficiente, además, un 30.93% de los usuarios se posiciona como "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo cual puede interpretarse como una experiencia de servicio inconsistente o la percepción de que la agencia no siempre puede manejar las cargas de trabajo de forma efectiva.

Este problema puede tener un impacto negativo directo en la experiencia del usuario, ya que la insuficiencia de personal puede llevar a tiempos de espera más largos, reducción en la calidad del servicio y una posible percepción de desorganización o falta de recursos, ya que estas impresiones pueden afectar adversamente la reputación de la agencia, la satisfacción del usuario y su lealtad a largo plazo, así como potencialmente incrementar el estrés y la carga de trabajo sobre el personal existente, lo que podría resultar en una mayor rotación de empleados y costos operativos adicionales.

**La agencia tiene suficiente personal para manejar las cargas de trabajo y evitar demoras en el servicio.**



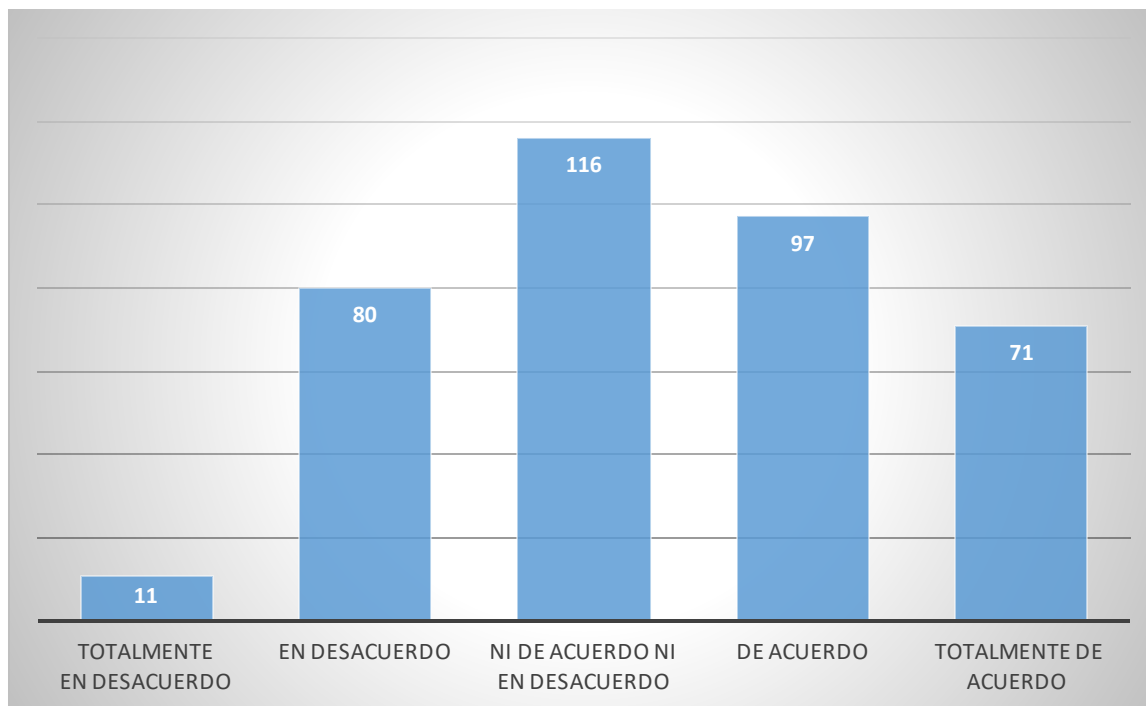
**Figura 38.** Percepciones sobre personal suficiente

### **Análisis e interpretación**

Con un 2.93% de los usuarios que se muestran "Totalmente en desacuerdo" y un 21.33% "En desacuerdo", se evidencia que una proporción considerable de los encuestados percibe una falta de personal adecuado para satisfacer las demandas de servicio de manera eficiente, además, un 30.93% de los usuarios se posiciona como "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo cual puede interpretarse como una experiencia de servicio inconsistente o la percepción de que la agencia no siempre puede manejar las cargas de trabajo de forma efectiva.

Este problema puede tener un impacto negativo directo en la experiencia del usuario, ya que la insuficiencia de personal puede llevar a tiempos de espera más largos, reducción en la calidad del servicio y una posible percepción de desorganización o falta de recursos, ya que estas impresiones pueden afectar adversamente la reputación de la agencia, la satisfacción del usuario y su lealtad a largo plazo, así como potencialmente incrementar el estrés y la carga de trabajo sobre el personal existente, lo que podría resultar en una mayor rotación de empleados y costos operativos adicionales.

**La agencia ofrece soluciones rápidas y efectivas a cualquier problema que pueda surgir.**



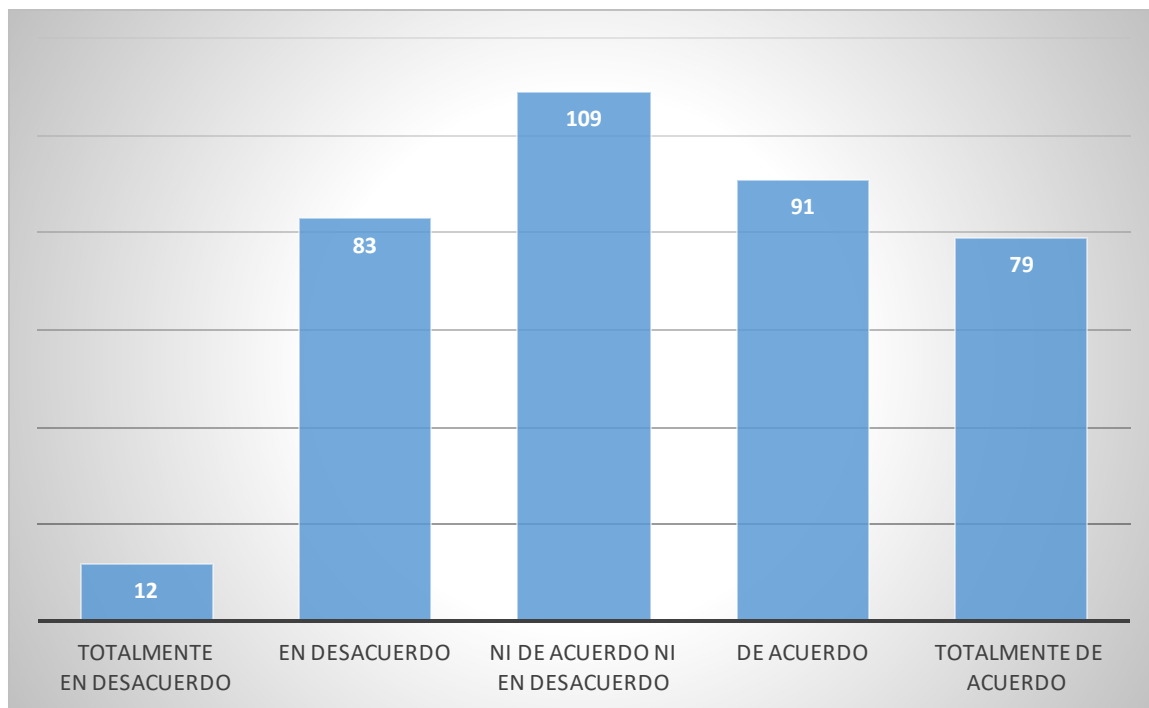
**Figura 39.** Percepciones sobre soluciones rápidas

### **Análisis e interpretación**

La percepción de que la agencia ofrece soluciones rápidas y efectivas a los problemas que puedan surgir se ve desafiada por las opiniones de los usuarios, ya que un 2.93% de los usuarios expresan estar "Totalmente en desacuerdo" y un 21.33% "En desacuerdo" con la rapidez y efectividad de las soluciones proporcionadas por la agencia, lo que sugiere que aproximadamente una cuarta parte de los usuarios ha experimentado problemas con la agilidad y la eficacia de las respuestas a sus problemas, lo que puede ser un indicativo de que la agencia tiene áreas de mejora en su capacidad de respuesta.

Además, el hecho de que un 30.93% de los encuestados no se posicionen firmemente ni a favor ni en contra refleja una ambigüedad significativa en la percepción de la eficiencia de la agencia. Esta falta de percepción clara sobre la rapidez y eficacia de las soluciones puede tener un impacto considerable en la satisfacción del usuario y en la imagen de la agencia, ya que la eficiencia en la resolución de problemas es fundamental para mantener la confianza del usuario y fomentar una relación positiva a largo plazo.

**El personal de la agencia es amable, respetuoso y muestra empatía hacia mi situación.**



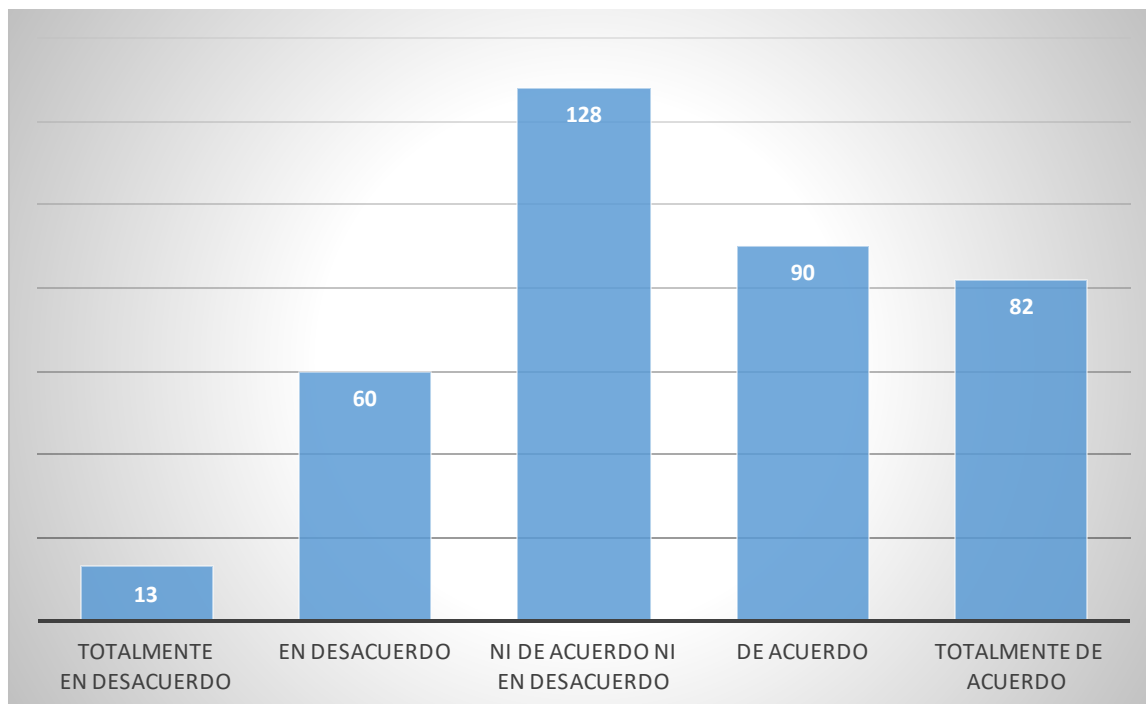
**Figura 40.** Percepciones sobre amabilidad

### **Análisis e interpretación**

Un 1.85% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 2.37% se encuentran "En desacuerdo", lo que sugiere que un pequeño, pero notable segmento de la base de usuarios, percibe de manera negativa la conducta del personal, más preocupante aún, un 15.83% de los usuarios se sitúan en una posición neutral ("Ni de acuerdo ni en desacuerdo"), lo que puede interpretarse como una falta de convicción positiva hacia el trato que reciben.

Estos porcentajes, que suman casi un 20% de las respuestas, reflejan una impresión desfavorable que puede traducirse en un impacto negativo para la reputación de la agencia, ya que la presencia de estas percepciones adversas es un indicativo claro de que hay un margen considerable para mejorar la calidad del servicio al usuario, un factor crítico para la satisfacción y fidelización de los usuarios y para la imagen pública de la agencia de regulación y control hidrocarburífero.

**La agencia garantiza la confidencialidad y seguridad de mi información personal.**



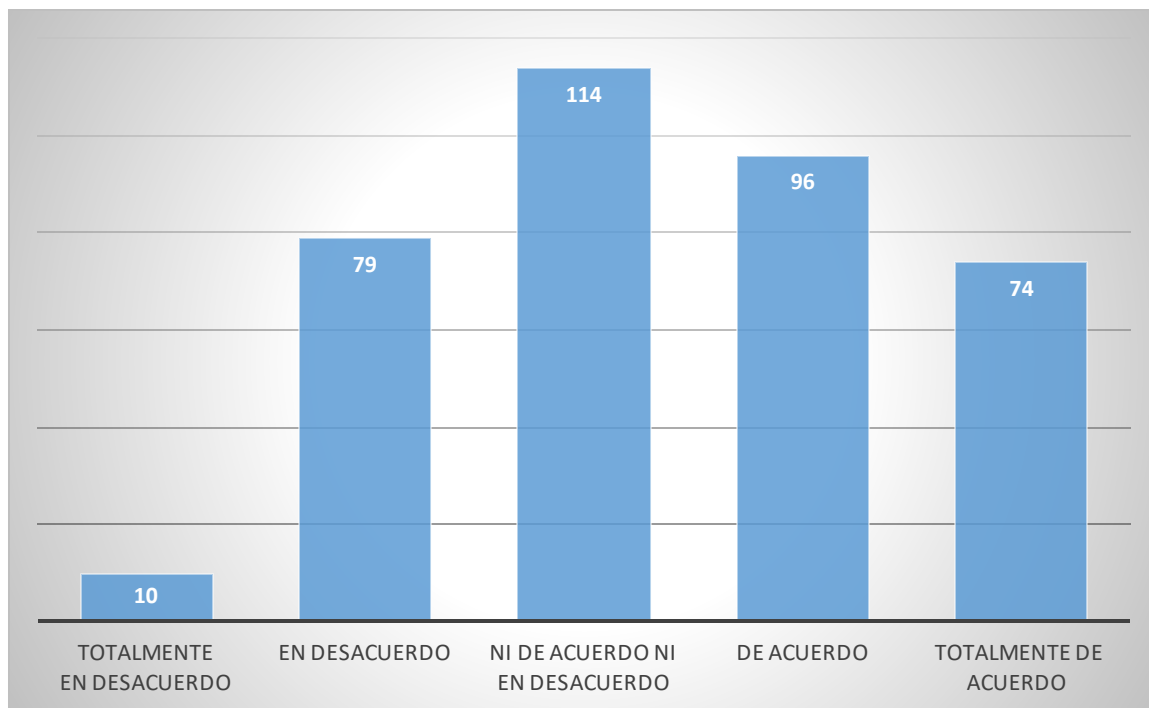
**Figura 41.** Percepciones sobre confidencialidad y seguridad

### **Análisis e interpretación**

La encuesta indica que un 3.49% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 16.09% están "En desacuerdo" con la afirmación de que la agencia garantiza la confidencialidad y seguridad de su información personal, esto refleja una preocupación significativa entre estos usuarios sobre la capacidad de la agencia para proteger datos sensibles, lo cual es un aspecto crítico de la relación de confianza entre el usuario y la agencia.

Además, el hecho de que un 34.32% de los usuarios no se posicionen ni a favor ni en contra sugiere que hay una considerable ambigüedad o falta de percepción clara respecto a las políticas de seguridad de la agencia, ya que la seguridad de la información es un pilar fundamental en el clima actual de preocupación por la privacidad de los datos. Por lo tanto, la incertidumbre y la desconfianza en esta área pueden tener un impacto negativo significativo en la reputación de la agencia y en la disposición de los usuarios a compartir su información, lo que podría afectar la eficacia de la agencia y su cumplimiento normativo.

**Me siento seguro al interactuar con el personal y al utilizar los servicios de la agencia.**



**Figura 42.** Percepciones sobre seguridad al interactuar con el personal

### **Análisis e interpretación**

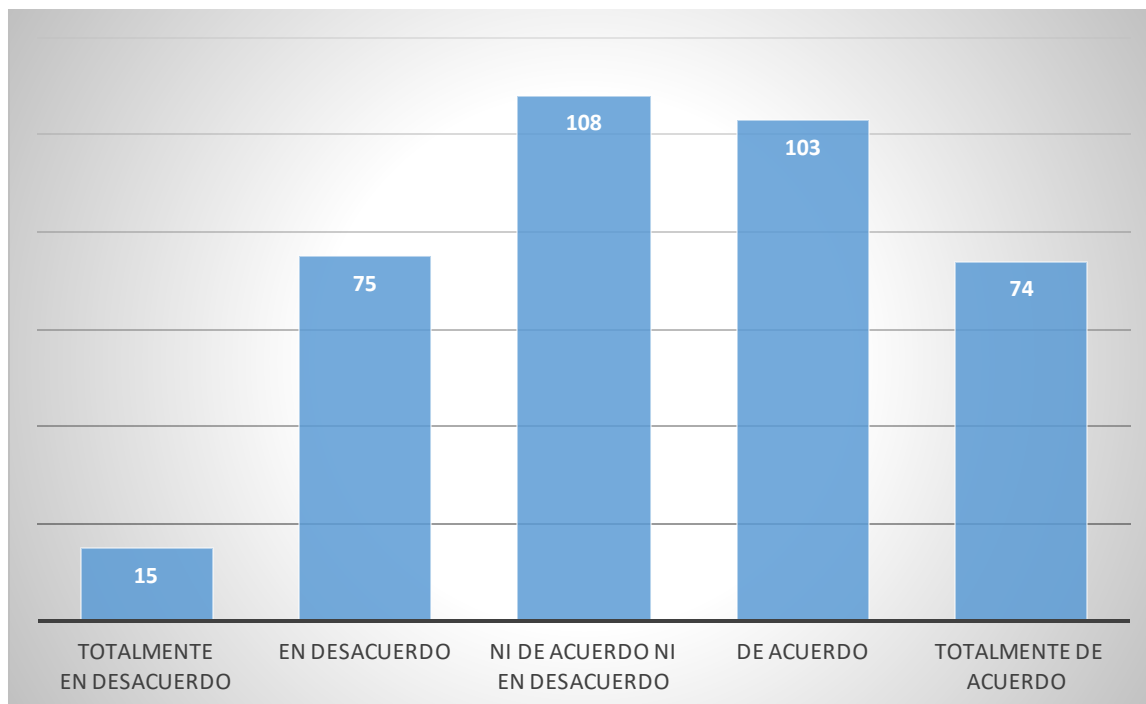
La encuesta muestra que un 2.68% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 21.18% están "En desacuerdo" con la afirmación de que se sienten seguros al interactuar con el personal y al utilizar los servicios de la agencia, por lo que estos porcentajes resaltan que hay una preocupación tangible en cuanto a la seguridad en las interacciones con la agencia, lo cual es una parte crítica de la experiencia del usuario.

El problema se amplifica con el hecho de que un 30.56% de los usuarios se mantienen neutrales, lo que podría reflejar incertidumbre o experiencias inconsistentes en cuanto a la seguridad. La seguridad percibida es fundamental para la confianza del usuario y para la construcción de una relación sólida y duradera.

La falta de seguridad puede disuadir a los usuarios de participar plenamente en los servicios ofrecidos y puede tener un impacto negativo duradero en la imagen y reputación de la agencia, así como en su capacidad para retener y atraer a nuevos usuarios.

**El personal está bien informado y capacitado adecuadamente para ofrecer asesoramiento confiable.**





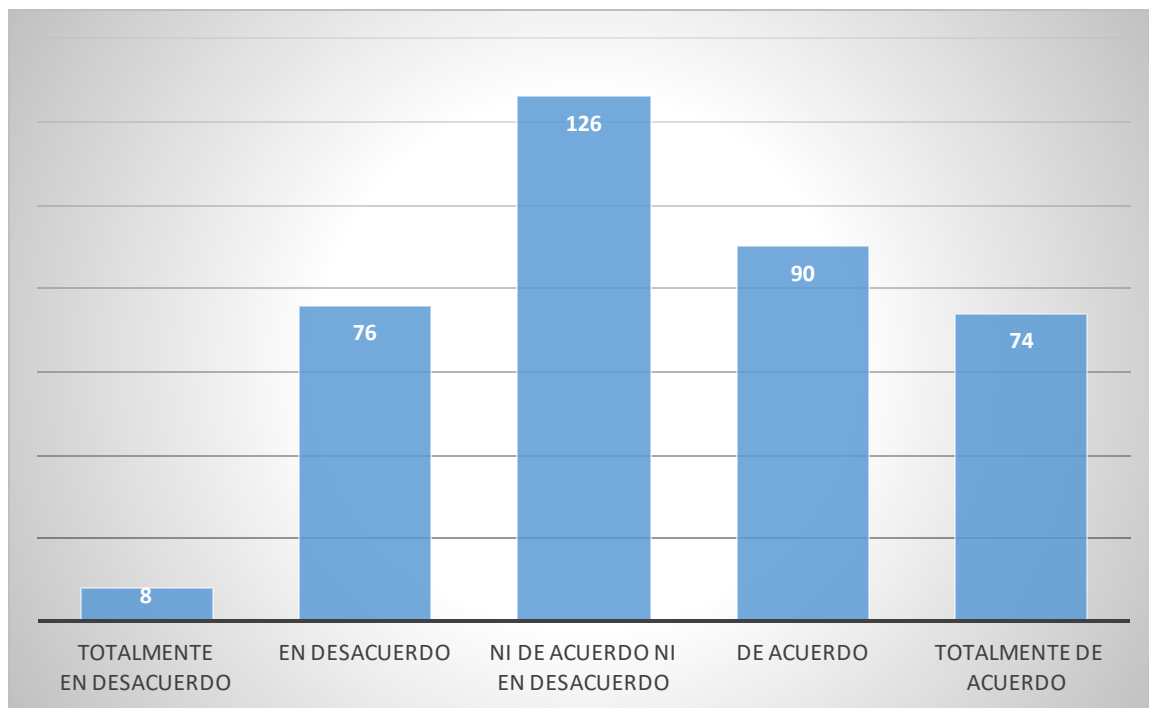
**Figura 43.** Percepciones sobre capacitación del personal

### **Análisis e interpretación**

Un 4% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 20% están "En desacuerdo", lo que sugiere que aproximadamente una cuarta parte de los usuarios duda de la formación y el conocimiento del personal de la agencia. Además, la falta de una opinión definida por parte de un 28.8% de los encuestados, que se mantienen "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", podría indicar una inconsistencia en la experiencia o una falta de percepción sobre la competencia del personal.

La capacitación y la información del personal son fundamentales para proporcionar un servicio de calidad y asesoramiento efectivo, por lo que la presencia de estas inquietudes puede socavar la confianza en la agencia y afectar la satisfacción del usuario, lo que puede llevar a una percepción de servicio deficiente, ya que la competencia percibida del personal tiene un impacto directo en la reputación de la agencia y en la confianza que los usuarios depositan en sus servicios, haciendo de este un aspecto crítico para la fidelización de usuarios y la imagen pública de la agencia.

**La agencia tiene políticas claras para manejar y resolver conflictos o desacuerdos.**



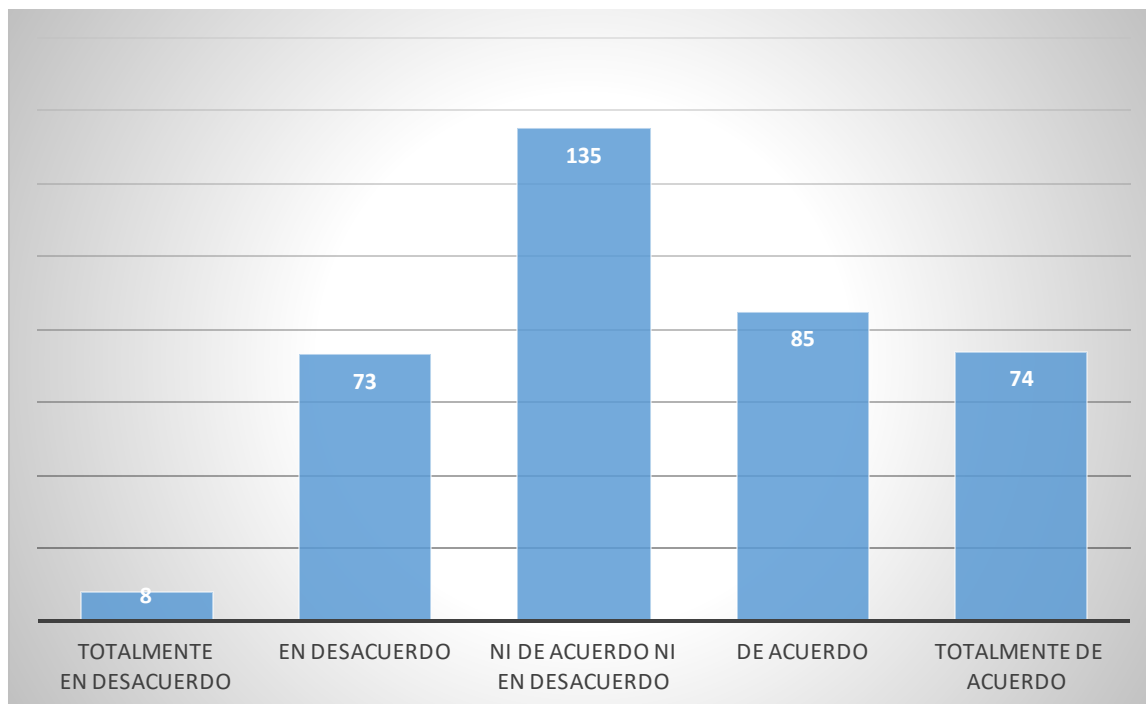
**Figura 44.** Percepciones sobre políticas

### **Análisis e interpretación**

Con un 2.14% de los encuestados "Totalmente en desacuerdo" y un 20.32% "En desacuerdo", hay una indicación de que una parte significativa de los usuarios cuestiona la claridad o la efectividad de estas políticas, esta preocupación es agravada por el hecho de que un 33.69% de los usuarios no tienen una opinión definida, lo que puede reflejar una falta de comunicación o entendimiento sobre cómo la agencia maneja tales situaciones.

La resolución de conflictos es un aspecto crítico del servicio al usuario, y una política clara y efectiva es esencial para mantener la confianza del usuario, ya que la falta de confianza en la capacidad de la agencia para resolver conflictos de manera justa y oportuna puede tener repercusiones negativas en la satisfacción del usuario y en la lealtad a largo plazo, además, puede afectar la disposición de los usuarios a interactuar con la agencia, lo que a su vez puede influir negativamente en la reputación de la agencia y en su capacidad para atraer y mantener a los usuarios.

**El personal de la agencia se toma el tiempo para entender mis necesidades específicas.**



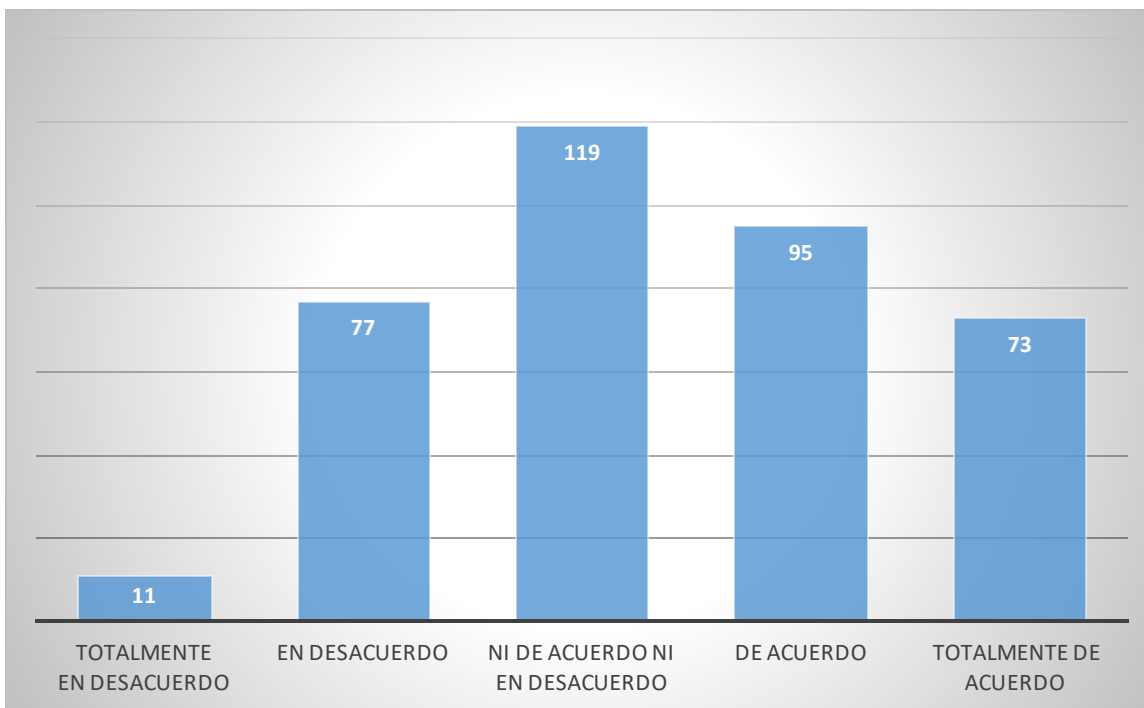
**Figura 45.** Percepciones sobre respuesta a necesidades

### **Análisis e interpretación**

La percepción de que el personal de la agencia dedica tiempo a comprender las necesidades específicas de los usuarios presenta desafíos notables, ya que con un 2.13% de los usuarios manifestando estar "Totalmente en desacuerdo" y un 19.47% "En desacuerdo", existe una clara indicación de que una proporción significativa de los usuarios siente que sus necesidades individuales no están siendo adecuadamente reconocidas o atendidas por el personal de la agencia.

Además, el hecho de que un 36% de los encuestados no se decanten ni por el acuerdo ni por el desacuerdo sugiere una posible incertidumbre o inconsistencia en la atención personalizada, por lo que la falta de atención personalizada puede ocasionar molestias en los usuarios, con lo cual estos no van a generar un apego hacia el servicio prestado por la agencia.

**Recibo un trato personalizado y no me siento como uno más del montón.**



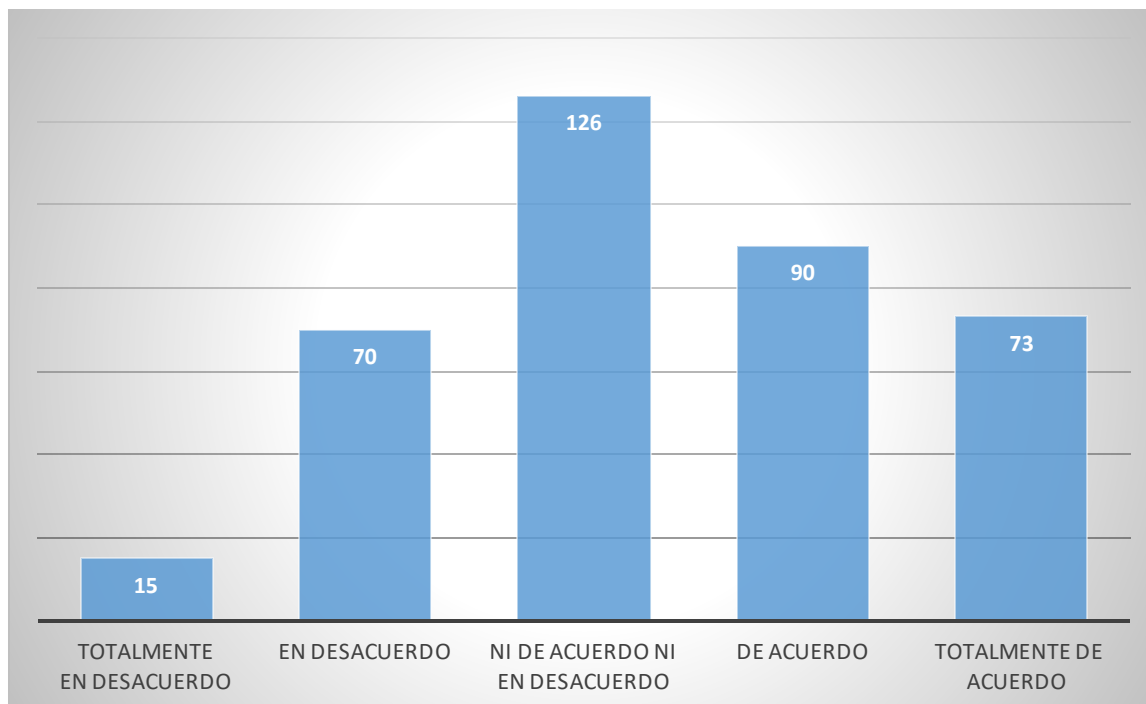
**Figura 46.** Percepciones sobre trato personalizado

### **Análisis e interpretación**

La encuesta refleja que un 2.93% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 20.53% están "En desacuerdo" con la afirmación de que reciben un trato personalizado por parte de la agencia, lo cual indica que una parte significativa de los usuarios percibe que la agencia no está proporcionando una experiencia suficientemente individualizada, además, el hecho de que un 31.73% de los encuestados se mantenga "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" podría sugerir que una gran parte de los usuarios no tiene una percepción clara de ser tratados como individuos, lo que puede indicar una falta de consistencia o un servicio estándar que no se ajusta a las necesidades personales.

Este problema puede tener un impacto considerable en la percepción de calidad y en la satisfacción del usuario, ya que la personalización del servicio es un aspecto clave de la experiencia del usuario moderno, por lo que la sensación de ser "uno más del montón" puede llevar a los usuarios a sentirse infravalorados y puede afectar negativamente a la lealtad y a la imagen de la agencia, ya que es fundamental que las organizaciones de servicio reconozcan y atiendan las necesidades individuales de sus usuarios para mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la relación a largo plazo.

**El personal muestra genuino interés en resolver mis consultas o problemas.**



**Figura 47.** Percepciones sobre interés en resolver problemas

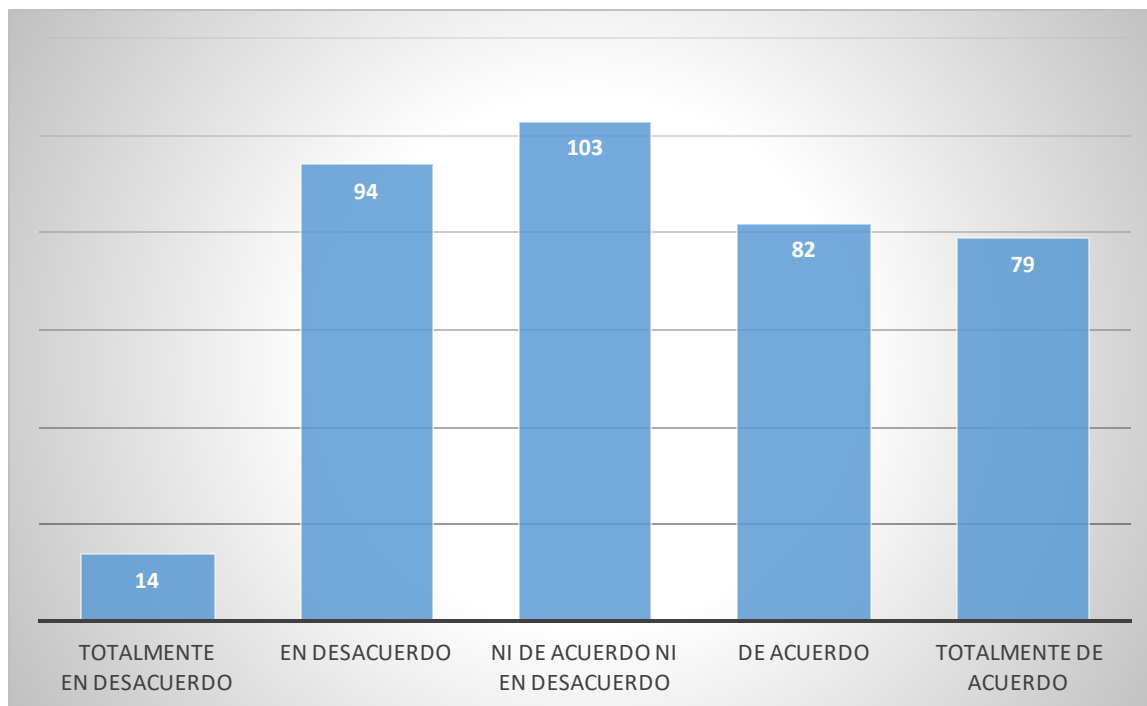
### **Análisis e interpretación**

La encuesta indica que un 4.01% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 18.72% "En desacuerdo" con la idea de que el personal muestra un genuino interés en resolver sus consultas o problemas, lo que indica que aproximadamente una quinta parte de los usuarios percibe una falta de compromiso por parte del personal en abordar y solucionar sus inquietudes de manera efectiva.

A esto se suma el 33.69% de los usuarios que se mantienen "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", reflejando una considerable ambigüedad o inconsistencia en la percepción del interés del personal, por lo que este nivel de incertidumbre o indiferencia puede ser indicativo de experiencias variables en el servicio al usuario, lo que potencialmente erosiona la confianza en la capacidad de la agencia para atender las necesidades de los usuarios de manera personal y comprometida.

Un genuino interés en resolver las consultas y problemas es un componente esencial de un servicio al usuario de alta calidad y es crucial para construir una relación de confianza con los usuarios, ya que la percepción de una deficiencia en este aspecto puede tener un impacto negativo en la reputación de la agencia y en la lealtad del usuario.

**El personal es paciente y atento en sus interacciones conmigo.**



**Figura 48.** Percepciones sobre interacción del personal

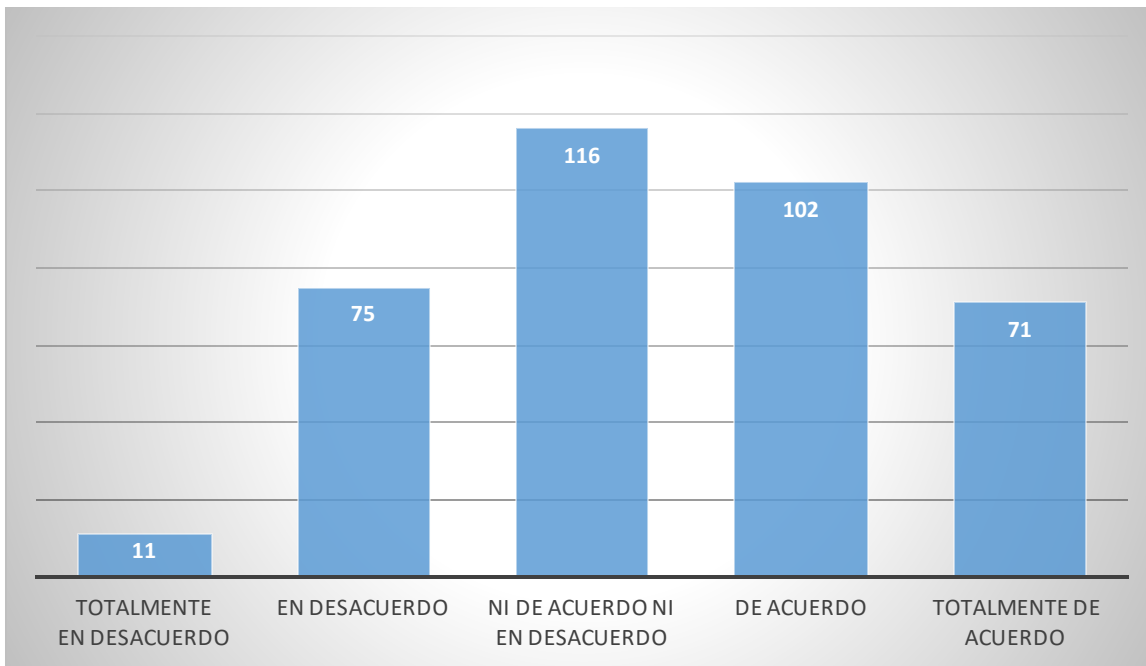
### **Análisis e interpretación**

La encuesta sobre la percepción de la paciencia y la atención del personal revela que un 2.93% de los usuarios están "Totalmente en desacuerdo" y un 20% "En desacuerdo" con la idea de que el personal es paciente y atento en sus interacciones, lo que sugiere que una parte significativa de los usuarios siente que no está recibiendo la atención detallada y considerada que requieren.

Además, un 30.93% de los encuestados se posicionan "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo cual podría indicar una falta de experiencias consistentemente positivas respecto a la paciencia y atención del personal, lo que es un reflejo de un servicio al usuario que no alcanza a satisfacer las expectativas de los usuarios en cuanto a una interacción cuidadosa y personalizada.

Estos aspectos son fundamentales en la experiencia general del usuario y pueden impactar significativamente en su satisfacción y percepción de la calidad del servicio, ya que la falta de paciencia y atención puede llevar a una comunicación ineficaz y a la insatisfacción del usuario, lo que podría resultar en comentarios negativos y una disminución en la lealtad hacia la agencia.

**La agencia ofrece servicios y asistencia adaptados a las necesidades individuales de los usuarios.**



**Figura 49.** Percepciones sobre oferta de servicios

### **Análisis e interpretación**

Un 2.93% de los encuestados están "Totalmente en desacuerdo" y un 20% están "En desacuerdo" con que la agencia ofrece servicios adaptados a las necesidades individuales, por lo que esta disconformidad, que afecta a casi una cuarta parte de los usuarios, señala un área de mejora en cuanto a la capacidad de la agencia para ofrecer una experiencia personalizada.

Además, un significativo 30.93% de los usuarios se sitúa en una posición neutral, "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que puede sugerir una falta de percepción clara de personalización o experiencias inconsistentes, por lo que este alto porcentaje de indecisión puede reflejar una falta de coherencia en la entrega de servicios personalizados, lo cual es esencial en la satisfacción y retención del usuario.

La personalización es un elemento clave en la experiencia del usuario, y la falta de esta puede resultar en una sensación de servicio genérico o impersonal que no cumple con las expectativas del usuario moderno, lo que puede tener un impacto negativo en la percepción de la agencia y en la lealtad del usuario, ya que los usuarios podrían buscar alternativas que ofrezcan una atención más ajustada a sus necesidades específicas.

**4.1.2. Resultados de la entrevista**

**Tabla 3** Análisis de resultados de la entrevista



Pregunta	Respuesta			Análisis
	Director Agencia	Jefe de talento humano	Encargado atención al usuario	
¿Cómo define su agencia un servicio de alta calidad al usuario y qué principios fundamentales guían esta definición?	"Definimos la alta calidad como la eficiencia, accesibilidad y cumplimiento de las regulaciones. Sin embargo, reconocemos que nuestra interpretación a veces no coincide con la realidad percibida por el usuario debido a limitaciones en la infraestructura y la actualización de nuestros sistemas."	"En teoría, la calidad viene de nuestro personal calificado y motivado. En la práctica, las restricciones presupuestarias han impedido que actualicemos nuestras prácticas de RR.HH. para mantener el ritmo con las mejores industrias de servicio, lo que a veces lleva a deficiencias en la capacitación y el desempeño."	"Nuestro objetivo es ofrecer interacciones personalizadas y resolver consultas con empatía. A pesar de nuestros esfuerzos, a veces fallamos en ofrecer esta experiencia debido a la alta carga de trabajo y los sistemas obsoletos que limitan nuestra capacidad de proporcionar soluciones rápidas."	Los entrevistados reconocen la importancia de un servicio de alta calidad, pero admiten desafíos en la implementación coherente de estos estándares. El director menciona dificultades con la consistencia, el jefe de Talento Humano señala la rotación de personal como un obstáculo para mantener un estándar de calidad, y el Encargado de Atención al Usuario resalta problemas en la entrega de un servicio personalizado debido a limitaciones en la capacitación y recursos. Esto refleja que, aunque la intención de proporcionar un servicio de alta calidad está presente, la agencia enfrenta desafíos operativos y estratégicos que impactan su ejecución.
¿Podría describir las iniciativas más efectivas que ha implementado su agencia para mejorar la experiencia del usuario?	"Las iniciativas más prometedoras han sido la digitalización y los canales en línea para la atención al usuario. No obstante, la falta de integración de sistemas y la resistencia al cambio han disminuido su efectividad, y seguimos luchando con la adopción por parte de todos los usuarios."	"Desarrollamos programas de formación interna, pero la alta rotación de personal y la falta de un sistema de mentoría bien estructurado han limitado su impacto en la mejora de la experiencia del usuario."	"Creamos un protocolo de seguimiento post-servicio, pero la falta de personal y la sobrecarga han dificultado su implementación consistente, impidiendo que la retroalimentación del usuario se utilice eficazmente para mejoras sustanciales."	Las respuestas indican esfuerzos hacia la digitalización y la capacitación, pero también señalan que la adopción y la integración de estas iniciativas han sido subóptimas, ya que la agencia ha tomado pasos hacia la modernización y la mejora del servicio, pero la falta de adopción por parte de usuarios y personal sugiere una desconexión entre la ejecución de las iniciativas y las necesidades reales de los usuarios.
¿Cómo se recopila, analiza y utiliza la retroalimentación de los usuarios para informar las decisiones y mejoras en el servicio?	"Aunque recogemos comentarios a través de encuestas y foros comunitarios, nuestro proceso de análisis es esporádico y no siempre sistemático, lo	"Nos esforzamos por incorporar la retroalimentación en nuestras prácticas, pero reconocemos que la falta de un enfoque	"Aunque intentamos adaptar nuestros servicios basándonos en los comentarios de los usuarios, a menudo hay un desfase	En conjunto, estas respuestas sugieren que la agencia debe mejorar cómo convierte la retroalimentación de los usuarios en mejoras tangibles y sistemáticas que no solo resuelvan los problemas a corto plazo, sino que también contribuyan a la

	que limita nuestra capacidad de realizar cambios informados y oportunos en base a estos datos."	estructurado para procesar y actuar según los comentarios ha impedido mejoras significativas en la gestión del talento humano."	entre la recogida de datos y la acción, lo que provoca que las mejoras no se realicen tan rápido como deberían."	estrategia de servicio a largo plazo. La agilidad y la sistematización en este proceso son esenciales para demostrar a los usuarios que su retroalimentación es valorada y utilizada de manera efectiva, lo que puede fortalecer la relación entre la agencia y su usuariola y mejorar la percepción del valor público de sus servicios.
¿Cuáles han sido los mayores desafíos al intentar elevar el nivel de servicio al usuario y cómo los ha superado?	"Los desafíos incluyen la adaptación a las nuevas tecnologías y la capacitación del personal para usarlas efectivamente. Aunque hemos realizado algunos avances, todavía hay un camino por recorrer para lograr una transformación digital completa y efectiva."	"Enfrentamos dificultades en mantener la moral del personal alta en medio de los cambios y la presión por aumentar la productividad sin el aumento correspondiente en los recursos. Hemos intentado superar esto con incentivos no monetarios, pero es un desafío constante."	"El volumen de trabajo y las expectativas de servicio personalizado son difíciles de equilibrar con el personal actual. Hemos tratado de superar esto con mejoras en la gestión del tiempo y el enfoque en la calidad sobre la cantidad, aunque esto no siempre es posible."	Todos los entrevistados han identificado problemas significativos: desde la inconsistencia y la brecha entre conocimiento y práctica hasta la retención del personal y la gestión de recursos limitados, ya que estos desafíos fundamentales sugieren que la agencia ha reconocido sus áreas problemáticas, pero aún está en proceso de desarrollar soluciones efectivas y sostenibles.
¿Cómo asegura su agencia la transparencia y la comunicación efectiva con los usuarios respecto a los servicios que ofrece?	"Aunque publicamos información y actualizaciones, la retroalimentación indica que los usuarios a menudo encuentran esta información confusa o insuficiente. Estamos trabajando para mejorar la claridad de nuestra comunicación."	"Reconocemos que la transparencia es un área de mejora, especialmente en lo que respecta a la comunicación interna y cómo esta afecta el servicio al usuario. Estamos evaluando cómo mejorar nuestras políticas y capacitaciones para abordar esto."	"Nos esforzamos por ser transparentes, pero hemos observado que los usuarios a veces se sienten desinformados sobre los procesos y el estado de sus trámites. Incrementar la claridad y frecuencia de las actualizaciones está en nuestra agenda de mejora."	Hay un reconocimiento unánime de la necesidad de mejorar la transparencia y la comunicación, ya que a pesar de los esfuerzos para ser abiertos y claros, los usuarios encuentran la información confusa o insuficiente. Este problema es crítico ya que afecta la confianza y la satisfacción del usuario, y resalta la necesidad de una estrategia de comunicación más efectiva.
¿De qué manera incorpora la agencia la innovación tecnológica para mejorar el servicio al usuario?	"La agencia ha implementado una nueva plataforma de gestión de datos que mejora la eficiencia de los servicios. Sin embargo, la	"Incorporamos tecnología en nuestra gestión interna, pero reconocemos que la capacitación en estas	"Hemos introducido chatbots para mejorar la respuesta al usuario, aunque esto ha presentado desafíos en la	Las respuestas revelan un esfuerzo consciente por integrar tecnología avanzada en la mejora del servicio al usuario. Sin embargo, se destaca una falta de preparación y adaptación tanto del personal como de los

	adopción por parte de los usuarios ha sido un reto por la falta de familiaridad con las nuevas tecnologías."	herramientas no ha sido tan extensa como debería, lo que a veces compromete la consistencia en el servicio."	entrega de respuestas personalizadas y precisas en casos complejos."	usuarios a estas nuevas herramientas. La resistencia al cambio, las limitaciones en el entrenamiento técnico, y la navegabilidad desafiante de las nuevas plataformas digitales son áreas críticas identificadas. Esto sugiere que, aunque la agencia está intentando modernizar sus operaciones, la ejecución y la adopción efectiva de estas innovaciones son inconsistentes, lo que puede limitar su impacto en la mejora de la experiencia del usuario.
¿Cómo se capacita al personal de la agencia para garantizar un servicio al usuario coherente y de alta calidad?	"Nuestro programa de capacitación se centra en la normativa y en el uso de tecnologías, pero hemos tenido dificultades para mantener estos programas debido a restricciones presupuestarias y al cambio constante en las regulaciones."	"Llevamos a cabo sesiones de formación regular, pero la alta rotación del personal dificulta la coherencia. A veces, el personal nuevo tiene que aprender sobre la marcha, lo que no es ideal."	"La capacitación es continua, pero la aplicación práctica varía mucho entre los empleados, lo que sugiere que necesitamos mejorar nuestra metodología y seguimiento post-capacitación."	La capacitación del personal es reconocida por los entrevistados como fundamental para asegurar un servicio coherente y de alta calidad. Sin embargo, las respuestas indican problemas en la aplicación práctica de la formación recibida, con una diversidad de interpretaciones de las políticas de servicio y una alta rotación de personal que interfiere con la uniformidad deseada. Esto sugiere que, aunque existen programas de capacitación, la agencia necesita mejorar cómo estos se traducen en prácticas consistentes y cómo se mantiene y refuerza el conocimiento a lo largo del tiempo, especialmente ante el desafío de la rotación de personal.
¿Qué medidas se toman para asegurar la accesibilidad y la no discriminación en el servicio al usuario?	"Hemos trabajado para hacer nuestros servicios más accesibles a través de nuestra web y aplicaciones, pero aún enfrentamos desafíos para alcanzar a poblaciones con"	"La agencia promueve activamente la igualdad y la no discriminación, pero aplicar estas políticas de manera uniforme ha sido difícil debido a la diversidad de"	"Mejoramos la señalización y la información disponible en nuestras instalaciones. Sin embargo, aún debemos mejorar en la formación del personal para manejar situaciones de"	Las medidas para promover la accesibilidad y la no discriminación en el servicio al usuario son reconocidas, pero las respuestas sugieren que la implementación efectiva de políticas inclusivas enfrenta desafíos. La falta de uniformidad en la aplicación de políticas"

	acceso limitado a la tecnología."	situaciones y la interpretación personal de las normas."	discriminación sutil o inadvertida."	inclusivas, las barreras en la accesibilidad de las plataformas digitales, y la necesidad de mejorar en la práctica cotidiana de los principios de inclusión y diversidad resaltan áreas de mejora. Esto refleja una brecha entre las intenciones de la agencia y su capacidad para ejecutar estas intenciones de manera que impacte positivamente la experiencia de todos los usuarios.
¿Cómo mide la satisfacción del usuario y qué indicadores considera más críticos para evaluar el éxito del servicio?	"Utilizamos encuestas de satisfacción y seguimiento post-servicio, pero a menudo la participación es baja. Los indicadores críticos incluyen tiempos de respuesta y resolución de problemas, aunque medir la satisfacción subjetiva sigue siendo un desafío."	"Además de las encuestas, observamos la retención de usuarios y las quejas como indicadores. Sin embargo, correlacionar estos datos con la satisfacción real del usuario y la calidad del servicio necesita un enfoque más integrado y analítico."	"Evaluamos a través de feedback directo y tasas de resolución en el primer contacto. Sin embargo, los indicadores no siempre reflejan la complejidad del servicio ni la percepción del usuario sobre la atención recibida."	Las metodologías para medir la satisfacción del usuario y evaluar el éxito del servicio varían entre encuestas, métricas de seguimiento, y feedback directo. Sin embargo, se identifica una desconexión entre estas métricas y la experiencia real del usuario. Esto sugiere que, aunque se recolectan datos, la agencia lucha por interpretar estos de manera que informen con precisión sobre el éxito del servicio y guíen las mejoras. La dependencia del feedback directo del usuario como indicador crítico subraya la importancia de una comunicación efectiva y bidireccional con los usuarios.
¿Podría compartir un caso en el que la respuesta a una queja o sugerencia del usuario llevó a una mejora significativa en el servicio?	"Una queja sobre la dificultad para entender las facturas llevó a una revisión completa y a la simplificación del formato. Esto ha mejorado la claridad para los usuarios, aunque todavía estamos trabajando para simplificar el lenguaje técnico en nuestras comunicaciones."	"Recibimos sugerencias sobre la necesidad de un mejor equilibrio trabajo-vida para el personal. Esto nos llevó a revisar nuestros horarios y a ofrecer más flexibilidad, lo que incrementó la satisfacción del personal y mejoró indirectamente el servicio al usuario."	"Respondimos a los comentarios sobre la lentitud del servicio implementando un nuevo protocolo de atención, lo cual redujo los tiempos de espera. Sin embargo, nos hizo conscientes de la necesidad de cambios más profundos en nuestra cultura de servicio."	Las historias compartidas sobre la respuesta a quejas o sugerencias revelan que la agencia es capaz de realizar ajustes significativos que mejoran el servicio. Sin embargo, también destacan la necesidad de un enfoque más sistemático y culturalmente integrado para el manejo de la retroalimentación. Las mejoras resultantes de las quejas y sugerencias indican oportunidades para el aprendizaje y la adaptación, pero también subrayan la necesidad de anticipar y resolver proactivamente problemas para evitar la

				dependencia de la retroalimentación negativa para impulsar el cambio.
--	--	--	--	---

## 4.2. DISCUSIÓN

Se pudo encontrar en la encuesta realizada que el 53% de las personas encuestadas argumentan no estar de acuerdo en la percepción de que la tecnología utilizada por la agencia sea de última generación, lo cual representa un problema para esta institución, lo cual refleja la tendencia observada en el trabajo de (Alarcón & Hernández, 2020) sobre la importancia de la innovación tecnológica para mejorar la eficiencia y accesibilidad de los servicios públicos. Sin embargo, la resistencia al cambio y las limitaciones en el entrenamiento técnico, en el cual el 50% manifiesta que el personal de la agencia no exhibe una apariencia ordenada y profesional, destacando así una discrepancia entre la teoría y la práctica, ya que este fenómeno resuena con el concepto de "brecha de implementación" discutido en estudios sobre gestión del cambio, donde la adopción exitosa de innovaciones no solo depende de la tecnología en sí, sino también de la capacidad de la organización para gestionar el cambio a nivel humano y operativo (Sornoza *et al.*, 2020).

La capacitación del personal se reconoce como un componente esencial para garantizar un servicio de alta calidad, lo cual lo reconocen los encuestados ya que el 80% de ellos espera que el personal esté bien informado y capacitado para ofrecer un asesoramiento confiable, lo cual se encuentra en línea con teorías que enfatizan el desarrollo del capital humano como pilar de la excelencia en el servicio, sin embargo, las dificultades en la aplicación práctica de la formación así como la alta rotación del personal ilustran un desafío en la alineación entre la capacitación y las necesidades reales del servicio, esto refleja la teoría de la "capacitación efectiva", que subraya la importancia de un enfoque sistemático y continuo en el desarrollo de habilidades relevantes para mejorar directamente la calidad del servicio (Sánchez, 2020).

La accesibilidad y no discriminación en el servicio al usuario son fundamentales cuando se habla sobre equidad en la administración de servicios, ya que las respuestas de los directivos revelan esfuerzos por abordar estos principios en la entrevista realizada, pero también muestran lagunas en su implementación efectiva, lo cual se refleja en los resultados de la encuesta al manifestar los encuestados que

la señalización y el espacio físico no son fáciles de navegar y acceder en un 53%, por lo que este hallazgo se alinea con el concepto de "servicio inclusivo", que argumenta que la verdadera accesibilidad se logra cuando las políticas y prácticas organizacionales se diseñan y ejecutan con la intención explícita de incluir y satisfacer las necesidades de todos los usuarios (Pérez & Chirino, 2021).

Además el 54% de los encuestado refleja una insatisfacción con la atención del personal en la atención, lo que representa un problema ya que la medición de la satisfacción del usuario y la evaluación del éxito del servicio son complejas, y las discrepancias identificadas entre las métricas y la experiencia del usuario reflejan la necesidad de un enfoque más holístico, similar a lo expuesto por (Alarcón & Salvador, 2020) quien manifiesta que el valor en los servicios se genera en la interacción entre el proveedor y el usuario, sugiriendo que los indicadores de éxito deben capturar esta dinámica co-creativa para ofrecer una evaluación más precisa del servicio.

Las historias sobre la respuesta a quejas o sugerencias de los usuarios que llevan a mejoras significativas destacan la capacidad adaptativa de la agencia, sin embargo el 57% de encuestados destacan no estar de acuerdo con la manera que el personal atiende sus consultas y resuelve los problemas, lo cual en consonancia con el concepto de "aprendizaje organizacional", lo que de acuerdo a (Osorio *et al.*, 2021) las organizaciones que incorporan efectivamente la retroalimentación del usuario en sus procesos de mejora continua pueden lograr avances significativos en la calidad del servicio, sin embargo, la necesidad de un enfoque más sistemático y estructurado para este aprendizaje resalta un área de mejora para alinear la práctica de la agencia con este principio teórico.

La resistencia al cambio observada en la adopción de nuevas tecnologías dentro de la agencia resalta un fenómeno bien documentado en la literatura sobre innovación organizacional, ya que de acuerdo a los datos recopilados el 52% de encuestados detalla que el material informativo como sitio web de la agencia no es claro, es así que en el caso de (Pérez *et al.*, 2021) quien expone que este desafío subraya la importancia crítica de los procesos de gestión del cambio, los cuales deben diseñarse no solo para introducir nuevas herramientas tecnológicas, sino también para cultivar una cultura organizacional que valore y abrace la innovación, por otra parte la teoría de la difusión de innovaciones sugiere que la clave del éxito radica en comunicar eficazmente los beneficios y en proveer el apoyo necesario para la transición, un área donde la agencia parece necesitar un enfoque más estructurado y sensible al contexto humano (Urbizagastegui, 2021).

El enfoque en la capacitación del personal como medio para asegurar un servicio coherente y de alta calidad refleja principios de desarrollo organizacional, donde el crecimiento continuo del personal se considera esencial para la mejora del servicio, sin embargo, ya que el 85% de las personas esperan que el personal de la agencia esté debidamente capacitado, por lo que al existir una “desconexión entre la capacitación y su aplicación práctica sugiere una brecha en la transferencia de conocimiento, un concepto que destaca la importancia de alinear los objetivos de capacitación con las necesidades reales del servicio” (Castillo *et al.*, 2023), se señala la necesidad de reevaluar los programas de formación para hacerlos más aplicables y relevantes para las tareas diarias del personal, asegurando que la inversión en desarrollo humano se traduzca directamente en mejoras en el servicio.

La falta de accesibilidad y discriminación en el servicio al usuario destaca un área de mejora significativa para la agencia, ya que de acuerdo a (Muros, 2023) la equidad en el servicio enfatiza que la justicia y la igualdad son fundamentales para la satisfacción del usuario y la percepción de calidad, lo cual de acuerdo a los resultados de la entrevista no se ha cumplido a cabalidad, por lo que es así que la discrepancia entre las intenciones de inclusividad de la agencia y su implementación efectiva sugiere que se requieren esfuerzos más concertados para asegurar que los servicios sean accesibles para todos los usuarios, independientemente de sus circunstancias personales, lo que podría implicar una revisión profunda de las políticas, prácticas y plataformas digitales para eliminar barreras y promover una experiencia de usuario verdaderamente equitativa.

En cuanto a la medición de la satisfacción del usuario, las respuestas indican que un 52% está en desacuerdo al evaluar el cumplimiento de promesas y compromisos, lo que refleja la necesidad de un enfoque más integrado que vaya más allá de las métricas tradicionales, por lo que (Gallarza & Saura, 2019) sugieren que la satisfacción del usuario se basa en la comparación entre las expectativas y la experiencia real del servicio, ya que las discrepancias entre las métricas utilizadas por la agencia y las experiencias reales de los usuarios subrayan la importancia de desarrollar sistemas de evaluación que capturen de manera efectiva esta dinámica compleja, integrando tanto indicadores cuantitativos como cualitativos para obtener una comprensión más profunda y matizada del valor que los usuarios atribuyen al servicio.

La adaptación y mejora del servicio en respuesta a las quejas y sugerencias de los usuarios ilustra la capacidad de la agencia para aprender y evolucionar, sin embargo, el 53% de encuestados destaca que esto no se cumple, por lo que la necesidad de un método más sistemático para este proceso se hace necesario, exhibiendo conceptos de gestión de la calidad total, donde la mejora continua es un esfuerzo organizacional integral, ya que de acuerdo a (Rodríguez & Delgado, 2020) la capacidad de traducir la retroalimentación del usuario en acciones concretas y mejoras significativas es crucial para cerrar el ciclo de calidad del servicio, por lo que este enfoque no solo aborda las preocupaciones y necesidades de los usuarios de manera efectiva, sino que también contribuye a la construcción de una cultura organizacional que prioriza la excelencia y la innovación en el servicio.

La implementación efectiva de tecnología como herramienta para mejorar la prestación de servicios refleja de la innovación en servicios, ya que el 77% espera que la agencia será proactiva en la comunicación sobre cualquier cambio o problema, lo cual concuerda con el estudio de (Chica & Salazar, 2021) sostiene que la tecnología puede ser un catalizador significativo para la transformación de servicios si se acompaña de cambios organizacionales adecuados. La dificultad de la agencia para integrar plenamente estas herramientas tecnológicas y lograr una adopción universal sugiere un desfase entre la introducción de la tecnología y la capacidad organizacional para absorberla y adaptarla a sus procesos, lo cual resalta la importancia de considerar la absorción tecnológica no solo desde una perspectiva técnica sino también desde un enfoque humano y procesal (Chiliqinga, 2021).

La capacitación y desarrollo del personal como medio para asegurar un servicio al usuario coherente y de calidad se alinea con la teoría de competencias en la gestión de recursos humanos, sin embargo, la variabilidad en la aplicación de la capacitación recibida por el personal sugiere una desconexión entre el contenido de la capacitación y las necesidades prácticas del servicio, ya que el 55% de encuestados considera no sentirse seguro al interactuar con el personal y al utilizar los servicios de la agencia, lo cual de acuerdo a (Lozan & Amador, 2021) subraya la relevancia de un modelo de competencias bien definido que vincule directamente las habilidades y conocimientos adquiridos con los resultados esperados en el servicio, asegurando así que la capacitación sea relevante y aplicable.

La accesibilidad y no discriminación en la prestación de servicios enfatizan la importancia de brindar servicios que sean equitativos y accesibles para todos los segmentos de la población, en vista que el 79% espera que los espacios físicos de la agencia sean de fácil acceso, coincidiendo con lo expresado por (Osorio, 2020), ya



que las dificultades expresadas en garantizar la accesibilidad universal y en implementar efectivamente políticas inclusivas sugieren que la agencia necesita fortalecer sus esfuerzos para alinear sus prácticas con estos principios fundamentales, potencialmente reevaluando y rediseñando procesos y servicios desde una perspectiva de diseño inclusivo.

La respuesta a las quejas y sugerencias de los usuarios como una oportunidad para la mejora continua ilustra un principio central en la gestión de la calidad del servicio ya que el 24% de encuestados espera que sus quejas o problemas sean resueltos de manera efectiva, sin embargo, la necesidad de un enfoque más estructurado para integrar esta retroalimentación en el ciclo de mejora señala hacia la gestión de la calidad, que aboga por procesos definidos y sistemáticos para capturar, analizar y actuar sobre la información del usuario (Chiquito *et al.*, 2024), ya que la capacidad de la agencia para convertir las quejas y sugerencias en mejoras tangibles es crucial para fomentar una cultura de excelencia y adaptabilidad, pero requiere un marco organizacional que priorice y facilite esta transformación de manera efectiva.

La discusión sobre la innovación tecnológica y su integración dentro de la agencia subraya la discrepancia entre las expectativas del servicio y la experiencia real del usuario, ya que a pesar de los esfuerzos para modernizar y mejorar la eficiencia a través de la tecnología, de acuerdo a lo expresado por los entrevistados, la falta de una estrategia integral que aborde tanto la capacitación del personal como la facilidad de uso para los usuarios indica la necesidad de un enfoque más holístico, ya que según (Gutierrez, 2021) la innovación tecnológica, sin un acompañamiento adecuado en términos de cultura organizacional y procesos de soporte, corre el riesgo de no alcanzar su potencial total para cerrar esta brecha.

La coherencia y alta calidad en el servicio al usuario, la cual es altamente apreciable de acuerdo a las expectativas del 78%. Han sido exacerbadas por la variabilidad en la aplicación de la formación y la alta rotación de personal, reflejan desafíos identificados en la literatura sobre gestión de talento, lo que según (Trujillo *et al.*, 2021) subraya que el compromiso y la retención del personal son fundamentales para ofrecer un servicio consistente, por lo que este análisis revela una desconexión crítica entre la inversión en capacitación y los resultados en el servicio al usuario, señalando la importancia de estrategias de retención y un enfoque más enfocado en la aplicación práctica de la capacitación recibida.

La evaluación de la satisfacción del usuario y el éxito del servicio plantea cuestiones sobre la alineación entre las métricas de rendimiento y las experiencias subjetivas de los usuarios, ya que el 78% espera que la agencia mantenga un registro preciso y actualizado de sus interacciones y transacciones, mientras que el 55% expresa de acuerdo a su percepción que esto no es así, por lo que este desajuste refleja conceptos de calidad percibida y la importancia de entender el servicio desde la perspectiva del usuario, lo cual de acuerdo a (Ruvalcaba, 2020) la discrepancia señalada entre las medidas objetivas y la percepción del usuario sugiere la necesidad de un enfoque más centrado en el usuario, que capture una gama más amplia de factores que influyen en la satisfacción y fidelización del usuario.

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

La investigación ha revelado que, mientras la agencia de regulación y control hidrocarburífero en Tulcán ha hecho esfuerzos significativos para integrar innovaciones tecnológicas y mejorar la capacitación del personal, existen brechas notables entre estas iniciativas así como su implementación efectiva, la resistencia al cambio, las limitaciones en la capacitación técnica, y la alta rotación de personal han impactado negativamente la coherencia y calidad del servicio al usuario, por lo que estos hallazgos sugieren que el valor público generado por la agencia durante el periodo 2019-2020 ha estado limitado por desafíos en la gestión institucional, destacando la necesidad de estrategias de cambio más efectivas y un enfoque más integrado para el desarrollo del personal.

La percepción de la prestación de servicios a los usuarios por parte de la agencia indica una mezcla de esfuerzos positivos y áreas de mejora significativas, ya que se pudo encontrar en la encuesta realizada que el 53% de las personas encuestadas argumentan no estar de acuerdo en la percepción de que la tecnología utilizada por la agencia sea de última generación, el 80% de ellos espera que el personal esté bien informado y capacitado para ofrecer un asesoramiento confiable, de igual forma que la señalización y el espacio físico no son fáciles de navegar y acceder en un 53%, el 54% de los encuestado refleja una insatisfacción con la atención del personal en la atención, el 57% de encuestados destacan no estar de acuerdo con la manera que el personal atiende sus consultas y resuelve los problemas, el 52% detalla que el material informativo como sitio web de la agencia no es claro, al igual que están en desacuerdo al evaluar el cumplimiento de promesas y compromisos, mientras que la adaptación y mejora del servicio en respuesta a las quejas y sugerencias no es aprobada por el 53%, lo cual es negativo ya que el 77% espera que la agencia sea proactiva en la comunicación sobre cualquier cambio o problema así como el 79% espera que los espacios físicos de la agencia sean de fácil acceso, datos que contrastan con la realidad ya que el 55% de encuestados quienes destacan no sentirse seguro al interactuar con el personal y al utilizar los servicios de la agencia,

por lo que la evaluación de la satisfacción del usuario es desaprobada en un 55%, por lo que este desajuste refleja conceptos de calidad percibida y la importancia de entender el servicio desde la perspectiva del usuario, por lo que la retroalimentación sugiere que la agencia necesita mejorar en aspectos de transparencia, comunicación efectiva, y adaptación de servicios a las necesidades individuales, lo que subraya la importancia de adoptar un enfoque centrado en el usuario para mejorar la percepción y la satisfacción general con los servicios ofrecidos.

El nivel de valor público en los servicios de atención al usuario reflejado en esta investigación indica que, aunque existen intenciones claras y esfuerzos por mejorar la calidad así como eficiencia del servicio, la agencia enfrenta desafíos sustanciales en la realización plena de estos objetivos, ya que las dificultades en la implementación de tecnología, la capacitación efectiva del personal, la accesibilidad y la inclusión de servicios, así como la medición y mejora continua basada en la retroalimentación del usuario, sugieren que el valor público alcanzado ha sido moderado, por lo que para aumentar significativamente este valor, la agencia debe enfocarse en cerrar las brechas entre la planificación estratégica y la ejecución operativa, asegurando que las mejoras en la gestión institucional se traduzcan directamente en beneficios tangibles para los usuarios.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

Se recomienda implementar un programa integral de gestión del cambio que no solo se enfoque en la introducción de nuevas tecnologías, sino también en abordar la resistencia al cambio a través de la comunicación efectiva de los beneficios y el apoyo continuo al personal durante la transición, de igual forma, es crucial desarrollar e implementar estrategias de retención del personal que incluyan planes de carrera, formación continua y un entorno laboral que fomente el compromiso y la satisfacción laboral, ya que esto ayudará a reducir la rotación de personal y a asegurar una aplicación más consistente así como efectiva de las políticas y capacitaciones.

Se sugiere adoptar un enfoque centrado en el usuario para el diseño y mejora de los servicios digitales, lo que incluye la realización de pruebas de usabilidad con usuarios reales para identificar y abordar problemas de accesibilidad y navegabilidad, ya que la agencia debería también fortalecer los canales de comunicación así como retroalimentación, asegurando que los usuarios se sientan escuchados y que sus sugerencias y quejas se traduzcan en mejoras tangibles en el servicio, por lo que ña

transparencia y la comunicación efectiva deben ser pilares fundamentales en este proceso.

Es imperativo establecer un sistema de medición de la satisfacción del usuario y de evaluación del servicio que incorpore tanto indicadores cuantitativos como cualitativos, permitiendo una comprensión más profunda de las experiencias y percepciones de los usuarios, ya que este sistema debería complementarse con un marco de mejora continua que facilite la rápida implementación de ajustes así como mejoras basados en la retroalimentación recibida, además, promover una cultura organizacional que valore la innovación, la excelencia en el servicio y la inclusión puede ayudar a alinear los esfuerzos institucionales con las necesidades y expectativas de los usuarios.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia De Regulación Y Control Hidrocarburífero. (2020). *Informe de Gestión 2019*. Secretaría Técnica de Planificación "Planifica Ecuador".
- Alarcón, B., & Hernández, J. (2020). La efectividad del desempeño de la gestión pública de gobiernos locales. Análisis de un caso de estudio. *Revista Dilemas contemporaneos*, 7(2), 120. doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v32i1.2050>
- Alarcón, R., & Salvador, Y. (2020). Dimensiones claves de una gestión pública efectiva en gobiernos locales. Aplicación en un caso de estudio. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 115. doi:[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000600411&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000600411&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Alban, G. (2020 ). RECIMUNDO. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el conocimiento*, 163-173. Obtenido de <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/download/860/1560?inline=1>
- Alberto, C. (s.f.). *Investigación de Campo.pdf*. Obtenido de Investigación de Campo:Características, Tipos, Técnicas y Etapas: <file:///C:/Users/hp/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20de%20Campo.pdf>
- Álvarez, L. (2018). *Gestión del director en los proyectos de innovación en la Institución Educativa Víctor Raúl Haya de la Torre*. Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Arenas, D. (2021). *Enfoque de resultados y valor público*. CEPAL.
- Arias, E. (10 de diciembre de 2020). *economipedia.com*. Obtenido de Investigación de campo: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Arias, E. R. (9 de diciembre de 2020). *economipedia.com* . Obtenido de Investigación explicativa: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-explicativa.html>
- Arias, E. R. (5 de febrero de 2021). *economipedia.com*. Obtenido de Investigación descriptiva : <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial.

- Asamblea Nacional Constituyente. (2016). *Ley Orgánica de Servidor Público*. Registro Oficial.
- Azuero, A. (2020). Evaluación epistemológica a la Teoría de la Burocracia de Max Weber. *Revista Espacios*, 41 (45), 217. doi:10.48082/espacios-a20v41n45p27
- Bazán, B., & Robles, S. (2018). *El control previo y la creación del valor público en las instituciones públicas del distrito de Yanacancha periodo 2018*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.
- Blas, F., Uribe, Y., & Revilla, C. (2022). Modernización del Estado en la gestión pública revisión sistemática. *Revista de ciencias sociales*, 28(5), 295. doi:https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471692
- Brigida, B., & Zandra, R. (2018). TESIS. Obtenido de "EL CONTROL PREVIO Y LA CREACIÓN DEL VALOR PÚBLICO EN LAS INSTITUCIONES PUBLICAS DEL DISTRITO DE YANACANCHA PERIODO 2018": <http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/645/1/TESIS-BAZAN-ROBLES.pdf>
- Cabana, S., Cortés, F., Contreras, F., & Vargas, V. (2020). Influencia del control de gestión al valor público generado en servicios dependientes del ministerio de economía, fomento y turismo, Chile. *Información tecnológica*, 31(2), 55. doi:http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000200103
- Calle, M. (2021). La motivación del talento humano y su relación con la atención al ciudadano en un gobierno local de Lima, Perú, 2017. *Industrial Data*, 24(2), 93. doi:http://dx.doi.org/10.15381/idata.v24i2.20971
- Cardozo, L. (1 de Marzo de 2021). *Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales*. Obtenido de Z-E-N-V-I-A: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Cejudo, G. M. (2018). *Nueva gestión pública*. Mexico: grupo editorial siglo veintiuno. Obtenido de [http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/estudios/i\\_ngo\\_eap.pdf](http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/estudios/i_ngo_eap.pdf)
- CEPAL. (2 -30 de Marzo de 2022). *VALOR PÚBLICO Y GESTIÓN POR RESULTADOS* . Obtenido de VALOR PÚBLICO Y GESTIÓN POR RESULTADOS : [https://www.cepal.org/sites/default/files/courses/files/valor\\_publico\\_y\\_gestion\\_por\\_resultados.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/courses/files/valor_publico_y_gestion_por_resultados.pdf)
- Chavez, A. A. (2017). El concepto de resultado. *Revista Digital de la Maestría en Ciencias Penales*, 17.
- Chica, S., & Salazar, C. (2021). Posnueva gestión pública, gobernanza e innovación. Tres conceptos en torno a una forma de organización y gestión de lo público.

- Chiliquinga, M. (2021). Automatización pilar de innovación del marketing de contenidos en empresas de servicio. *Revista Científica FIPCAEC*, 6(1), 52-75. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.428>
- Conejero, E. (2014). Valor público una aproximación conceptual. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 3(1), 76. doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4817944>
- Conejeros, M., Rojas, J., & Segure, T. (2010). *Confianza: un valor necesario y ausente en la educación chilena*. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26982010000300003#:~:text=EL%20CONCEPTO%20DE%20CONFIANZA&text=Confiar%20en%20alguien%20corresponde%20a,Abarca%2C%202004%3A%2063](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982010000300003#:~:text=EL%20CONCEPTO%20DE%20CONFIANZA&text=Confiar%20en%20alguien%20corresponde%20a,Abarca%2C%202004%3A%2063).
- Espinoza, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *Horizonte Empresarial*, 8(1), 425–437. doi:<https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Fernández, J. (2018). Valor público, gobernanza y Tercera Vía. *Convergencia*, 25(78), 109. doi:<https://doi.org/0.29101/crcs.v25i78.10373>
- Flores, M., Rincón, E., & Rincón, J. (2014). Ley Orgánica de Hidrocarburos y Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación. Un Análisis de su Relación con el Proceso Político Venezolano. *Journal of technology management & innovation*, 9(4), 136. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242014000400008>
- Galán, J. S. (13 de Febrero de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Servicio: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html#:~:text=Un%20servicio%2C%20en%20el%20%20C3%A1mbito,un%20producto%20inmaterial%20y%20personalizado>.
- Galán, J. S. (1 de noviembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Gestión pública: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-publica.html>
- Gallarza, M., & Saura, I. (2019). Conceptualización y medición del valor percibido: consensos y controversias. *Cuadernos De Gestión*, 20(1), 65–88. doi:<https://doi.org/10.5295/cdg.180997mg>
- Gálvez, J. (2019). Participación ciudadana en la gestión. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 136. doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29059356004>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *TeloS*, 383.
- Giammarino, D. (2019). Industria, cadenas de valor y escalas : Una aproximación conceptual a la cadena hidrocarburos. *Memoria académica*, 13(6), 20.



doi:<https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=eventos&d=Jev11275>

- Gomez. (10 de septiembre de 2019). *Enfoque de la investigación de mercados*. Obtenido de <https://www.ina-pidte.ac.cr/mod/page/view.php?id=13028>
- Guerrero, R., Carranza, B., Barrantes, J., & Bravo, C. (2022). La nueva gestión pública: la respuesta para un estado eficiente y eficaz. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 5650. doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i5.3724](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3724)
- Gutierrez, N. (2021). Gestión de la innovación en TIC en empresas del Estado: Una perspectiva desde la legislación venezolana. *diciembre2021125Gestión de la innovación en TIC en empresas del Estado: Una perspectiva desde la legislación venezolana*, 7(14), 130. doi:<https://revistasnicaragua.cnu.edu.ni/index.php/revciejupol/article/view/7271/8840>
- Huiman, R. (2022). El sistema de control interno y la gestión pública: Una revisión sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 2320. doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.2030](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2030)
- Lozan, R., & Amador, M. (2021). Modelo de gestión del capital humano por competencias para universidades públicas fuera de México. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 12(23), 7467. doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v12i23.1107>
- Matos, A. (s.f.). *Investigación Bibliográfica*. Obtenido de *Investigación Bibliográfica: Definición, Tipos, Técnicas*: [file:///C:/Users/hp/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Bibliogr%C3%A1fica%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Bibliogr%C3%A1fica%20(1).pdf)
- Matos, A. (s.f.). *Investigación Bibliográfica: Definición, Tipos, Técnicas*. Obtenido de <file:///C:/Users/hp/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Bibliogr%C3%A1fica.pdf>
- Medrano, C. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. Universidad Tecnológica del Perú.
- Ministerio de Hidrocarburos. (2018). *Reglamento Orgánico Funcional de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero*. Registro Oficial Edición Especial 254.
- Ministerio de Recursos Naturales y Energéticos. (2010). *Ley de hidrocarburos*. Registro Oficial 711 .


- Miranda, M., Chiriboga, P., & Romero, M. (4 de Agosto de 2021). Definición de Servicio. *La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda*, 1434.
- Miranda, M., Romero, M., Chiriboga, P., & Tapia, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. *Ciencias Técnicas y Aplicadas*, 1430-1446.
- Mitjana, L. R. (6 de Marzo de 2019). *La teoría de la burocracia de Weber: sus ideas y características*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/organizaciones/teoria-de-burocracia-weber>
- Mokate, K., & Saabedra, J. (2016). *Gerencia Social: Un Enfoque Integral para la Gestión de Políticas y Programas*. Departamento de Integración y Programas Regionales Instituto Interamericano para el Desarrollo Social.
- Montecinos, E., & Contreras, P. (2019). Participación ciudadana en la gestión pública: Una revisión sobre el estado actual. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 604. doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29059356004>
- Muros, A. (2023). Evaluación De La Calidad De Los Centros, Actividades Y Servicios Sanitarios Públicos De Andalucía: Accesibilidad Y Diseño Universal. *Revista de Derecho de la Seguridad Social. Laborum*, 15(5), 495. doi:<https://revista.laborum.es/index.php/revsegsoc/article/download/747/875>
- Ochoa, I., & Castro, A. (2021). Estrategias para el fortalecimiento de la cultura organizacional de la Agencia Nacional de Hidrocarburos. *SIGNOS-Investigación en Sistemas de Gestión*, 13(1), 1-24. doi:<https://doi.org/10.15332/24631140.6347>
- Osorio, M. (2020). Análisis de datos abiertos de instituciones de educación superior colombianas como apoyo a la relación Universidad-Entorno. *Entramado*, 16(1), 272. doi:<https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.6127>
- Peiró, R. (8 de Junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Usuario: <https://economipedia.com/definiciones/usuario.html>
- Pérez, C., & Chirino, Y. (2021). Política pública para el desarrollo local inclusivo desde la perspectiva estratégica en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95), 492-513. doi:<https://www.redalyc.org/journal/290/29069613002/html/>
- Pérez, M., Rodríguez, J., Álvarez, L., & Palomino, G. (2021). Interoperabilidad en la gestión documentaria en el sector público. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 3083. doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i3.507](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.507)
- Porto., J. P. (2021). *Definición de método inductivo*. Obtenido de Definición de método inductivo: <https://definicion.de/metodo-inductivo/>

- Puerta, A. R. (14 de Febrero de 2019). *Método analítico de investigación: características y ejemplos*. Obtenido de Lifereder: <https://www.lifereder.com/metodo-analitico-sintetico/>
- Reina, M. (2019). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, 34(19), 181-209. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Reyes, L., & Veliz, M. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 6(4), 570-591. doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926989>
- Rodríguez, M., & Delgado, P. (2020). Gestión de recursos humanos y ética en servidores municipales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 1203-1225. doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v4i2.149](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.149)
- Rojas, C. (2018). *Gerencia social y creación de valor público: aplicado a la empresa nacional de minería*. Universidad de Chile.
- Ruvalcaba, E. (2020). Percepción del éxito sobre Gobierno Abierto en función del Género: un análisis desde Sociedad Civil Organizada y Gobierno. *Revista iberoamericana de estudios municipales*, 21(5), 61-87. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0719-17902020000100061>
- Salas, G. (2022). Enfoques de la Gestión pública y su influencia en el gobierno peruano 1990 al 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 15(12), 512. doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i3.546](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.546)
- Sánchez, Y. (2020). *Sistematización práctica profesional propuesta capacitación al comité paritario de seguridad y salud en el trabajo Alcaldía de Viotá - Cundinamarca*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Soledispa, J., Zea, C., & Santistevan, K. (2020). La nueva gestión pública: retos y oportunidades. *Polo del conocimiento*, 5(9), 375. doi:10.23857/pc.v5i9.1695
- Tejada, R. (2021). Incentivos intrínsecos al servidor público para una gestión por resultados eficiente. *Revista De La Escuela Nacional De Administración Pública*, 5(1), 80. doi:<https://doi.org/10.54774/ss.2021.05.05>
- Thompson, I. (Septiembre de 2010). *Portal de Mercadotecnia*. Obtenido de Definición de Encuesta: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Torres, M. (2022). Endomarketing: una pieza clave en el diseño y gestión de una experiencia líquida. *Revista De Investigaciones De La Universidad Le Cordon Bleu*, 9(2), 51-58. doi:<https://doi.org/10.36955/RIULCB.2022v9n2.005>

- Ulloa, L. (2020). Impactos en la regulación de regalías hidrocarburíferas pos-COVID (contexto colombo-mexicano). *Revista de la Facultad de Derecho de México*, 70(277), 952. doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fder.24488933e.2020.277-2.76375>
- Urbizagastegui, R. (2021). La bibliometría brasileña y el modelo de difusión de la innovación. *Ciencias de la Información*, 50(2), 45. doi:<https://doi.org/10.18225/ci.inf.v50i2.5231>
- Uriarte, J. M. (10 de marzo de 2020). *Definición y Características*. Obtenido de MÉTODO DEDUCTIVO : <https://www.caracteristicas.co/metodo-deductivo/>
- Villanueva, A., & Aguilar, L. (20017). *Nueva Gestión Pública*. Mexico: Porrúa de México. Obtenido de <https://sociologiadeluniversidad.files.wordpress.com/2011/09/villanuevae.pdf>
- Viter, N. (Agosto de 2012). *LA INVESTIGACIÓN MIXTA, ESTRATEGIA ANDRAGÓGICA FUNDAMENTAL PARA FORTALECER LAS CAPACIDADES INTELECTUALES SUPERIORES*. Obtenido de <https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion2/LA%20INVESTIGACION%20MIXTA%20ESTRATEGIA%20ANDRAGOGICA%20FUNDAMENTAL.pdf>
- Zegarra, W., Olano, D., Lluncor, M., & Cacho, A. (2021). El valor público, característica fundamental en la nueva gestión pública. *Revista Científica Pakamuros*, 9(1), 83. doi:<https://doi.org/10.37787/wyy2vz83>

## VII. ANEXOS

### Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

**ACTA**

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

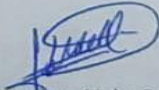
<b>ESTUDIANTE:</b>	Tupue Fuentes Dayana Mabel	<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	0402068399
<b>PERIODO ACADÉMICO:</b>	2024 A	<b>DOCENTE TUTOR:</b>	MSC. Luis Ramiro García Revelo
<b>PRESIDENTE TRIBUNAL</b>	MSC. Luis Arturo Vela Cepeda	<b>DOCENTE:</b>	MSC. Sofía Zapata Muñoz
<b>TEMA DEL TIC:</b> "Análisis del valor público en el servicio al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019-2020"			

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7.50	Mejor el planteamiento y claridad en la argumentación de las variables objeto de investigación.
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7.50	Organizar la base teórica en base a las dos variables y dimensiones planteadas. Establecer objetivamente la variable valor público en su ámbito de actuación.
3	METODOLOGÍA	7.50	Utilizar adecuadamente el modelo aplicado para la medición de la calidad del servicio. Se sugiere revisar el modelo Servper.
4	RESULTADOS	7.50	Definir de mejor manera los resultados acorde a los datos ajustados en la investigación desarrollada.
5	DISCUSIÓN	7.50	Profundizar en la triangulación tomando en cuenta, teorías, entrevistas y encuestas aplicadas a la muestra objeto de estudio, haciendo énfasis en el usuario no en el cliente.
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7.50	Replantear de acuerdo a los ajustes y observaciones realizadas en función de los hallazgos para un mejor planteamiento.
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.50	Mejorar su argumentación con mayor seguridad con respecto al tema investigado
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8.00	

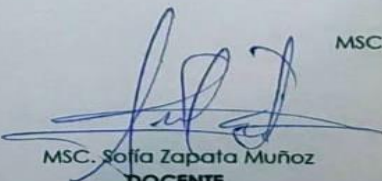
Obteniendo una nota de: **7.65** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

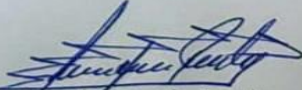
Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **jueves, 25 de abril de 2024**



MSC. Luis Arturo Vela Cepeda  
**PRESIDENTE TRIBUNAL**



MSC. Sofía Zapata Muñoz  
**DOCENTE**

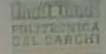


MSC. Luis Ramiro García Revelo  
**DOCENTE TUTOR**





# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA **ACTA**

### DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	Rentería Morillo Steven Aldair	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0402081418
PERIODO ACADÉMICO:	2024A	DOCENTE TUTOR:	MSC. Luis Ramiro García Revelo
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. Luis Arturo Vela Cepeda		
DOCENTE:	MSC. Sofía Zapata Muñoz		

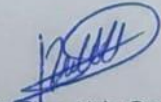
TEMA DEL TIC: "Análisis del valor público en el servicio al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019-2020"

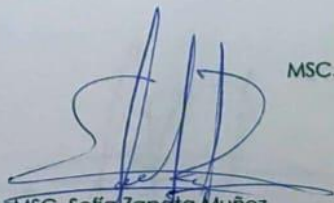
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7.50	Mejor el planteamiento y claridad en la argumentación de las variables objeto de investigación.
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7.50	Organizar la base teórica en base a las dos variables y dimensiones planteadas. Establecer objetivamente la variable valor público en su ámbito de actuación.
3	METODOLOGÍA	7.50	Utilizar adecuadamente el modelo aplicado para la medición de la calidad del servicio. Se sugiere revisar el modelo Servperf.
4	RESULTADOS	7.50	Determinar de mejor manera los resultados acorde a los datos ajustados en la investigación desarrollada.
5	DISCUSIÓN	7.50	Profundizar en la triangulación tomando en cuenta, teorías, entrevistas y encuestas aplicadas a la muestra objeto de estudio, haciendo énfasis en el usuario no en el cliente.
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7.50	Replantear de acuerdo a los ajustes y observaciones realizadas en función de los hallazgos para un mejor planteamiento.
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.50	Mejorar su argumentación con mayor seguridad con respecto al tema investigado
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8.00	

Obteniendo una nota de: **7.65** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **jueves, 25 de abril de 2024**

  
MSC. Luis Arturo Vela Cepeda  
**PRESIDENTE TRIBUNAL**

  
MSC. Sofía Zapata Muñoz  
**DOCENTE**

  
MSC. Luis Ramiro García Revelo  
**DOCENTE TUTOR**

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Dayana Mabel Tupue Fuentes y Steven Aldair Rentería Morillo				
<b>DATE:</b> 20 de mayo de 2024				
<b>Topic:</b> "Análisis del valor público en el servicio al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán 2019-2020"				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva, 5 Edwin Andrés, 5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	<b>TOTAL 9</b>		



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL  
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE  
CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** Dayana Mabel Tupue Fuentes y Steven Aldair Rentería Morillo

**Fecha de recepción del abstract:** 20 de mayo de 2024

**Fecha de entrega del informe:** 20 de mayo de 2024

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

**Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



EDISON BOANERGES  
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñañiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN



**Anexo 3.** Encuesta aplicada a la ciudadanía en la ciudad de Tulcán.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL INTEGRACIÓN ADMINISTRACIÓN Y  
ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

La presente encuesta se la realiza en base al método SERVQUAL cuestionario validado para la investigación en donde tiene como objetivo Analizar el valor público en la prestación de servicios de la agencia de regulación y control hidrocarburífero en Tulcán por medio de la gestión institucional en el período 2019- 2020. recopilar información de: " Análisis del valor público en el servicio al usuario de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019-2020" dirigidos a los servidores públicos de la institución en donde prestan el servicio.

Encuesta de Valor Público (SERVQUAL)

**Edad**

a) 18 a 30  b) 31 a 40  c) 41 a 50  d) 51 a 65  e) Más de 65

**Género**

a) masculino  b) femenino  c) LGBTI

**Expectativas**

(En una escala de 1 a 5, donde 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 es "Totalmente de acuerdo")



Espero que las instalaciones de la agencia sean modernas, limpias y bien equipadas.	1	2	3	4	5
Espero que el material informativo proporcionado por la agencia (folletos, sitio web, etc.) sea claro y profesional.	1	2	3	4	5
Anticipo que la tecnología utilizada por la agencia (software, hardware, etc.) será de última generación.	1	2	3	4	5
Creo que es importante que el personal de la agencia tenga una apariencia ordenada y profesional.	1	2	3	4	5
Espero que la señalización y los espacios físicos de la agencia sean fáciles de navegar y acceder.	1	2	3	4	5
Espero que la agencia cumpla con sus promesas y compromisos	1	2	3	4	5



## Percepciones

(En una escala de 1 a 5, donde 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 es "Totalmente de acuerdo")

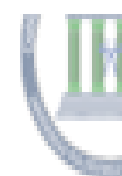
Las instalaciones de la agencia son modernas, limpias y bien equipadas.	1	2	3	4	5
El material informativo proporcionado por la agencia (folletos, sitio web, etc.) es claro y profesional.	1	2	3	4	5
La tecnología utilizada por la agencia (software, hardware, etc.) es de última generación.	1	2	3	4	5
El personal de la agencia tiene una apariencia ordenada y profesional.	1	2	3	4	5
La señalización y los espacios físicos de la agencia son fáciles de navegar y acceder.	1	2	3	4	5
La agencia cumple con sus promesas y compromisos de servicio de manera consistente.	1	2	3	4	5
La agencia lleva a cabo sus servicios de forma precisa y sin errores.	1	2	3	4	5
La agencia mantiene un registro preciso y actualizado de mis interacciones y transacciones.	1	2	3	4	5
La agencia proporciona servicios de manera constante bajo cualquier circunstancia.	1	2	3	4	5
Cualquier problema o queja que presenté fue resuelto de manera efectiva y en un tiempo razonable.	1	2	3	4	5
El personal de la agencia responde rápidamente a mis consultas y solicitudes.	1	2	3	4	5
La agencia es proactiva en la comunicación sobre cualquier cambio o problema.	1	2	3	4	5
El personal está siempre disponible para asistirme cuando lo necesito.	1	2	3	4	5
La agencia tiene suficiente personal para manejar las cargas de trabajo y evitar demoras en el servicio.	1	2	3	4	5
La agencia ofrece soluciones rápidas y efectivas a cualquier problema que pueda surgir.	1	2	3	4	5
El personal de la agencia es amable, respetuoso y muestra empatía hacia mi situación.	1	2	3	4	5
La agencia garantiza la confidencialidad y seguridad de mi información personal.	1	2	3	4	5
Me siento seguro al interactuar con el personal y al utilizar los servicios de la agencia.	1	2	3	4	5
El personal está bien informado y capacitado adecuadamente para ofrecer asesoramiento confiable.	1	2	3	4	5



## Percepciones

(En una escala de 1 a 5, donde 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 es "Totalmente de acuerdo")

Las instalaciones de la agencia son modernas, limpias y bien equipadas.	1	2	3	4	5
El material informativo proporcionado por la agencia (folletos, sitio web, etc.) es claro y profesional.	1	2	3	4	5
La tecnología utilizada por la agencia (software, hardware, etc.) es de última generación.	1	2	3	4	5
El personal de la agencia tiene una apariencia ordenada y profesional.	1	2	3	4	5
La señalización y los espacios físicos de la agencia son fáciles de navegar y acceder.	1	2	3	4	5
La agencia cumple con sus promesas y compromisos de servicio de manera consistente.	1	2	3	4	5
La agencia lleva a cabo sus servicios de forma precisa y sin errores.	1	2	3	4	5
La agencia mantiene un registro preciso y actualizado de mis interacciones y transacciones.	1	2	3	4	5
La agencia proporciona servicios de manera constante bajo cualquier circunstancia.	1	2	3	4	5
Cualquier problema o queja que presenté fue resuelto de manera efectiva y en un tiempo razonable.	1	2	3	4	5
El personal de la agencia responde rápidamente a mis consultas y solicitudes.	1	2	3	4	5
La agencia es proactiva en la comunicación sobre cualquier cambio o problema.	1	2	3	4	5
El personal está siempre disponible para asistirme cuando lo necesito.	1	2	3	4	5
La agencia tiene suficiente personal para manejar las cargas de trabajo y evitar demoras en el servicio.	1	2	3	4	5
La agencia ofrece soluciones rápidas y efectivas a cualquier problema que pueda surgir.	1	2	3	4	5
El personal de la agencia es amable, respetuoso y muestra empatía hacia mi situación.	1	2	3	4	5
La agencia garantiza la confidencialidad y seguridad de mi información personal.	1	2	3	4	5
Me siento seguro al interactuar con el personal y al utilizar los servicios de la agencia.	1	2	3	4	5
El personal está bien informado y capacitado adecuadamente para ofrecer asesoramiento confiable.	1	2	3	4	5



La agencia tiene políticas claras para manejar y resolver conflictos o desacuerdos.	1	2	3	4	5
El personal de la agencia se toma el tiempo para entender mis necesidades específicas.	1	2	3	4	5
Recibo un trato personalizado y no me siento como uno más del montón.	1	2	3	4	5
El personal muestra genuino interés en resolver mis consultas o problemas.	1	2	3	4	5
El personal es paciente y atento en sus interacciones conmigo.	1	2	3	4	5
La agencia ofrece servicios y asistencia adaptados a las necesidades individuales de los usuarios.	1	2	3	4	5

**Anexo 4.** Entrevista aplicada a funcionarios de la agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán de 2019 – 2020



**Entrevista**

1. ¿Cómo define su agencia un servicio de alta calidad al usuario y qué principios fundamentales guían esta definición, “La agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán”?
2. ¿Podría describir las iniciativas más efectivas que ha implementado su agencia para mejorar la experiencia del usuario en “La agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán”?
3. ¿Cuáles han sido los mayores desafíos al intentar elevar el nivel de servicio al usuario y cómo los ha superado en “La agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán”?
4. ¿Cómo asegura su agencia la transparencia y la comunicación efectiva con los usuarios respecto a los servicios que ofrece “La agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán”?
5. ¿Qué medidas se toman para asegurar la accesibilidad y la no discriminación en el servicio al usuario en “La agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán”?
6. ¿Cómo mide la satisfacción del usuario y qué indicadores considera más críticos para evaluar el éxito del servicio en “La agencia de regulación y control hidrocarburífero de Tulcán”?

**Anexo5.** Evidencias de encuestas y entrevistas aplicadas en la ciudad de Tulcán



















