



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

INSTITUTO DE POSTGRADO

**CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
DE LA EMPRESA PÚBLICA CNEL EP. DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021**

ANTEPROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del grado académico de:

MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

MODALIDAD: EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO

AUTOR:

ING. ANDRÉS ULISES ORRALA GONZÁLEZ

TUTOR:

ING. DIVAR SEBASTIÁN CASTRO LOOR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2022

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión de las Pymes, Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **ANDRÉS ULISES ORRALA GONZÁLEZ** con cédula de identidad número **2400255620** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.




.....
Andrés Ulises Orrala González

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Tutor de trabajo de titulación, “**CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA PÚBLICA CNEL EP. DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021**”, elaborado por el **Ing. Orrala González Andrés Ulises**, maestrante del programa de Maestría en **Administración Pública Cohorte II** del Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del grado académico de Magister en **Administración Pública**, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes

Atentamente,



ING. DIVAR SEBASTIAN CASTRO LOOR, MSC.
PROFESOR TUTOR
Mail: dcastro@upse.edu.ec
Movil: 0993016745

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido trazar y cumplir un meta más que me permite continuar desarrollándome como un profesional capaz de adquirir nuevos retos; a mi esposa porque con su apoyo y motivación he logrado mantenerme en la búsqueda de este título; a mis padres, porque en la distancia siguen acompañando y celebrando mis logros.

Andrés Ulises Orrala González

AGRADECIMIENTO

En este proyecto de investigación agradezco principalmente a Dios por darme la sabiduría y fuerzas y constancia; de la misma manera a mis padres, que han sido el pilar fundamental para esforzarme cada día en mis estudios, agradecer por ese respaldo, apoyo moral y económico que me brindaron. Además, agradezco a las personas que muy amablemente accedieron a brindarme la información necesaria para el desarrollo de la investigación. A mi familia, que con su apoyo y ánimos que me siguen motivando a continuar formándome para ser un mejor profesional.

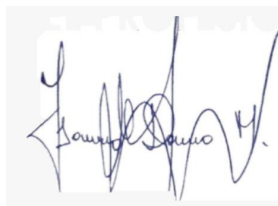
Andrés Ulises Orrala González

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Q.F. Rolando Calero Mendoza, PhD

**DIRECTOR DEL INSTITUTO
DE POSTGRADO**



Ing. Isauro Domo Mendoza, MSc

DOCENTE ESPECIALISTA



Ing. Divar Sebastian Castro Loor, MSc.

DOCENTE TUTOR



Econ. Hugo Álvarez Plúas, MSc

COORDINADOR MAP



Ab. Víctor Manuel Coronel Ortíz, MSc

SECRETARIO GENERAL

Índice General

AUTORÍA DEL TRABAJO.....	i
APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	v
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
Introducción.....	1
Capítulo I: El problema.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema.....	2
1.3. Justificación.....	2
1.4. Objetivos.....	3
1.4.1. Objetivo General.....	3
1.4.2. Objetivos Específicos.....	4
1.5. Idea a defender.....	4
Capítulo II: Marco teórico referencial.....	4
2.1. Antecedentes de la investigación.....	4
2.2. Bases teóricas.....	5
2.2.1. Calidad de servicio.....	5
2.2.2. Atención al cliente.....	5

2.2.3. Diferenciación.....	5
2.2.4. Ventaja Competitiva	6
2.2.5. Satisfacción del cliente	6
2.2.6. Valor percibido	6
2.2.7. Accesibilidad del servicio	6
2.2.8. Comunicación	6
2.2.9. Modelo Servperf	6
2.2.10. Dimensiones de la calidad del servicio de acuerdo a Servperf	7
2.2.11. Método de mejora continua Ciclo de Deming	8
Capítulo III: Metodología	8
3.1. Contexto de la investigación.....	8
3.2. Tipo y diseño de la investigación.....	8
3.3. Población y Muestra	9
3.3.1. Tipo de muestreo.....	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	10
3.4.1. Encuesta	10
Capítulo IV: Análisis y discusión de resultados	12
4.1. Análisis de resultados de instrumento de investigación: Encuesta.....	12
Capítulo V: Estudio o análisis de caso.....	16
5.1. Diagnóstico de acuerdo a diagrama de causa y efecto.....	16
5.2. Propuesta.....	17

5.3. Estrategia de mejora continua PDCA	18
5.4. Cronograma de actividades.....	19
5.5. Análisis del caso	20
5.5.1. Dimensiones de la propuesta	20
5.5.2. Ejecución del cronograma.....	22
Conclusiones	23
Recomendaciones	24
Bibliografía	25
Anexos	28

“CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE
LA EMPRESA PÚBLICA CNEL EP. DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2020”

Autor: Ing. Andrés Ulises Orrala González

Tutor: Ing. Divar Sebastian Castro Loor

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la calidad de servicio enfocado en la perspectiva de atención al cliente mediante el modelo Servperf. Se aplicó el muestreo aleatorio simple definido con 347 encuestas dirigidas al barrio “Virgen del Carmen” en dos etapas, la primera digital y la segunda con actividad de campo teniendo en consideración las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuestas, seguridad y empatía que comprenden el modelo; posteriormente, se analizó los resultados obtenidos, los cuales reflejan un promedio del 60.5 % de satisfacción al cliente. Se elaboró una matriz de las mejoras que se pueden aplicar al sistema de atención al cliente. Además, se definió un cronograma de actividades para un periodo de dos meses, las actividades propuestas comprenden diferentes áreas del plan estratégico de CNEL EP. Razón por el cual se pretende dar un servicio de atención al cliente al 100 % en la sucursal y actividades técnicas.

Palabras claves: *Calidad de servicio, Servperf, satisfacción al cliente, Estrategia.*

“QUALITY OF SERVICE TO IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION OF THE
PUBLIC COMPANY CNEL EP. FROM THE CANTON OF LA LIBERTAD, PROVINCE
OF SANTA ELENA, YEAR 2020”

Author: Ing. Andrés Ulises Orrala González

Tutor: Ing. Divar Sebastián Castro Loor

Abstract

The objective of this research work is to analyze the quality of service focused on the perspective of customer service through the Servperf model. The simple random sampling defined with 347 surveys directed to the "Virgen del Carmen" neighborhood was applied in two stages, the first digital and the second with field activity, taking into account the dimensions of tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy. that comprise the model; Subsequently, the results obtained were analyzed, which reflect an average of 60.5% customer satisfaction. A matrix of improvements that can be applied to the customer service system was developed. In addition, a schedule of activities was defined for a period of two months, the proposed activities comprise different areas of the strategic plan of CNEL EP. Reason for which it is intended to provide 100% customer service in the branch and technical activities.

Keywords: *Quality of service, Servperf, Customer satisfaction, Strategy.*

Introducción.

El éxito de las empresas, tiene como premisa principal los beneficios financieros, resultante de las ventas, lo cual se consigue a través de la diferenciación de la calidad del producto y/o servicio, para que de esta forma sean satisfechas las necesidades de los clientes (Pavón Sicilia, Baquero-Guilarte, & Góngora Díaz, 2018). La calidad, desde la época industrial ha sido evaluada alrededor de las características de los productos, sin embargo, esta concepción ha evolucionado, y se ha enfocado principalmente en los enfoques administrativos, esencialmente en la satisfacción del cliente (Guzmán Díaz, Tarapuez , & Parra Hernández, 2017).

La evaluación y gestión de la calidad revela un factor de análisis relevante, tanto en el ámbito de producción como de servicios. Por lo tanto, brindar un servicio oportuno que genere como resultado una venta efectiva para la empresa y una experiencia satisfactoria para los clientes es la esencia de una relación comercial que logre fidelizar a los consumidores. Las empresas del Ecuador; por ende, también de la provincia de Santa Elena, deben enfocar sus actividades para brindar un servicio de calidad para el mercado peninsular, mediante el análisis y gestión de la calidad.

La Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, sucursal, ubicada en el Cantón La Libertad, brinda el servicio público y esencial de distribución y comercialización de energía eléctrica a toda la provincia de Santa Elena, razón por la cual, es necesaria la mejora continua en el servicio, que permita una respuesta agilizada, concisa y confiable ante las necesidades de los usuarios. Esto puede lograrse con la aplicación del Modelo Servperf, metodología que permite la evaluación de la calidad de servicio, desde la perspectiva de los clientes, para determinar características del servicio a mejorar (Ramos Farroñan, Mogollón, Santur, & Cherre, 2020).

Capítulo I: El problema

1.1. Planteamiento del problema

La atención al cliente en empresas nacionales e internacionales de entidades públicas y privadas debe ser óptimo. Actualmente existen requerimientos de los clientes que las organizaciones desconocen o ignoran, características del servicio como una atención rápida y eficiente que evite la aglomeración de personas o largos tiempos de espera para ser atendidos. Para ello, se debe implementar mecanismos de atención que facilite a los clientes acoplarse a los factores; económicos, demográficos y sociales.

El servicio de la sucursal de la empresa CNEL EP, es la primera fuente de observación para el caso de estudio donde permitirá definir el nivel de satisfacción, la siguiente área comprende de los servicios que brindan a los domicilios de cada cliente para definir los tiempos de respuesta a las necesidades técnicas; Por tal razón para lograr un servicio satisfactorio se debe implementar equipos de última tecnología con asesoría especializada a los directivos en conjunto a los colaboradores para garantizar la calidad de su trabajo.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo mejorar la calidad de servicio para la satisfacción del cliente de la Empresa Pública CNEL EP? del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2021.

1.3. Justificación

La calidad de servicio permite a las entidades de cualquier razón social gestionar las actividades de manera eficiente, donde el aspecto principal consiste en brindar un servicio idóneo con nuevas tecnologías y personal capacitado que logre atender los requerimientos, para una excelente satisfacción del cliente y de esta manera prevalezca la utilización de los servicios de la Empresa Pública CNEL EP.

La adopción de metodologías que conlleven a explicar las principales variables que permitan medir la satisfacción de los clientes respecto al servicio que reciben, se propone como una herramienta fundamental para todas las organizaciones, independientemente de la etapa de crecimiento en la que se encuentren, por tal razón la implementación del Modelo Servperf es ideal debido a que permite explicar y fundamentar la calidad de servicio que está ofertando en base a la perspectiva del consumidor, con la medición de cinco importantes dimensiones del servicio: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Alves, Gomez, Da Silva, & Da Silva, 2020).

Las organizaciones deben generar una cultura de tecnología e innovación, diseñando un entorno que incremente el compromiso de los empleados, a través de un programa de capacitación periódica permitiendo de esta manera un constante desarrollo y el fortalecimiento de sus actividades, en función de una mejora continua para alcanzar los objetivos y metas propuestas. También, es importante conocer las opiniones de cada cliente para establecer una base de datos y aplicar mejoras a la empresa CNEL EP.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar la calidad de servicio enfocado en la perspectiva de satisfacción del cliente, mediante técnicas e instrumentos de recolección de información para el diseño de un programa de mejora continua en la atención al cliente de la Empresa Pública CNEL EP del Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2021.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar los factores determinantes de la calidad de servicio que brinda en la actualidad CNEL EP a los clientes de la sucursal del Cantón La Libertad mediante la metodología Servperf.
- Establecer el nivel de calidad de servicio que ofrece la Empresa Pública CNEL EP en el área de sucursal y domiciliaria respecto a la satisfacción del cliente.
- Diseñar un programa de mejora continua en la atención al cliente para los colaboradores de la Empresa Pública CNEL EP.

1.5. Idea a defender

La implementación de un programa de mejora continua en la atención al cliente permitirá mejorar la calidad del servicio en la Empresa Pública CNEL EP, sucursal La Libertad, provincia de Santa Elena.

Capítulo II: Marco teórico referencial

2.1. Antecedentes de la investigación

Reyes & Veliz (2021). Del artículo “Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa”, con el objetivo evaluar el nivel de satisfacción al cliente y conocer las variables a mejorar. Se empleo la metodología descriptiva, no experimental de enfoque cuantitativa con 236 usuarios encuestados, como resultado se corrobora que la empresa tiene excelentes condiciones de atención al cliente y calidad de servicio; Además, los clientes sugieren la renovación de equipos internos.

Muñoz & Vargas (2021). Del proyecto de investigación “La gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio a los usuarios del registro civil de Babahoyo, periodo 2020.

Plan de gestión administrativa”, con el objetivo de evaluar la calidad del servicio a nivel de administración y clientes. La metodología consistió de investigación descriptiva, analítica explicativa y de campo con los métodos deductivo e inductivo a 399 personas empleando entrevistas, fichas de observación, encuestas. De acuerdo al análisis de resultado la entidad pública posee un sistema ordenado en la parte administrativa y los usuarios definen que la atención es regular, el factor determinado para que el sistema sea optimo es el tiempo de espera en la obtención de documentos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Calidad de servicio

De acuerdo a Calle & Lucas (2022), comprende el conjunto de procesos para satisfacer las necesidades de los clientes o consumidores, lo cual conforma la confiabilidad, responsabilidad y seguridad. En algunas empresas suelen evaluar mediante estrategias la calidad del servicio para conocer el grado de satisfacción del cliente.

2.2.2. Atención al cliente

Gamarra (2021), define como una relación con la gestión de calidad debido a que la información emitida por el asesor debe ser clara, establezca confianza y genere interés al cliente. Por otra parte, los clientes satisfechos acuden con mayor frecuencia y por ende ocasiona el posicionamiento en el mercado ante la competencia.

2.2.3. Diferenciación

Gutiérrez & Pérez (2021), Sirve como estrategia para el posicionamiento en el mercado por la variedad de productos que se ofertan al consumidor. Por consiguiente, la empresa marca diferencia ante la competencia.

2.2.4. Ventaja Competitiva

Flores (2021), Es la capacidad que tiene una determinada empresa para competir en el ámbito económico, lo cual permite mantenerse en el mercado. Además, se establecen precios bajos en los productos para que la empresa obtenga un rendimiento exitoso en el rubro.

2.2.5. Satisfacción del cliente

Ospina (2021), Se lo considera un factor clave para los clientes ya que les permite elegir con mayor frecuencia a una empresa; es importante establecer protocolos de capacitación al personal de turno para que puedan atender con rapidez y al tiempo establecido.

2.2.6. Valor percibido

Fernández (2022), Describe un término económico de un producto ofertado y el valor asociado de la calidad o beneficios y sacrificio; tales valores son procesados en la mente del cliente. Se puede analizar el valor percibido de forma completa, en una actividad de consumo laboral conformada de elementos cognitivos y emocionales.

2.2.7. Accesibilidad del servicio

Manso (2022), menciona que la accesibilidad a un servicio genera un costo adicional al presupuesto de la empresa, son primordiales para satisfacer las necesidades del cliente y refleja un entorno amable, seguro y cómodo con tecnología actual.

2.2.8. Comunicación

Fuentes (2021), determina que la comunicación genera compromiso y comprensión al cliente para crear fidelización, estas pueden ser mediante publicidad, promoción de ventas, marketing directo, relaciones públicas y venta personal. Independientemente del método aplicado por la empresa la información transmitida al público debe ser novedosa y que genere interés.

2.2.9. Modelo Servperf

La metodología Servperf se enfoca fundamentalmente en la medición de la calidad de servicio por medio del desempeño del servicio que la organización ofrece, mientras que un modelo

anterior “Modelo Servqual” mide la calidad del servicio basado en la percepción y expectativa del cliente en referencia al servicio. Es así que el Servperf conserva las cinco dimensiones de Servqual, no obstante, focaliza el estudio en la percepción del consumidor como principio para la evaluación e investigación (Shi & Shang, 2020).

Grapain , Cortés, Fernández , & Martínez (2021), el método Servperf permite la medición de la calidad del servicio de forma precisa por medio de la perspectiva del cliente o usuario, evaluando las siguientes dimensiones del servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

2.2.10. Dimensiones de la calidad del servicio de acuerdo a Servperf

La metodología Servperf, evalúa 5 dimensiones respecto a la calidad de servicio a partir de la perspectiva del consumidor, de acuerdo a Rubio & De Lucas Santos (2019), los aspectos a evaluarse son:

Tabla 1 *Características de dimensiones*

Ítem	Características	Dimensión
1	Equipos modernos	Elementos Tangibles
	Instalaciones físicamente atractivas	
	Pulcritud y limpieza de colaboradores	
	Herramientas o instrumentos atractivos	
2	Compromiso	Fiabilidad
	Exponer interés en resolver inconvenientes	
	Atención justo a tiempo	
3	Cumplimiento en tiempo determinado	Capacidad de respuesta
	Cero errores	
	Comunicación en colaboradores	
	Rapidez	
4	Disponibilidad de ayuda (colaboradores)	Seguridad
	Respuesta veraz de colaboradores	
	Transmisión de confianza	
5	Usuarios seguros de atención	Empatía
	Amabilidad del personal	
	Colaboradores preparados e informados	
	Atención personalizada	
	Horarios factibles	
	Interés y preocupación por asuntos de clientes	
	Comprensión de necesidades	

Nota. Elaborado por Ing. Andrés Orrala. Basado en Rubio & De Lucas Santos, (2019)

2.2.11. Método de mejora continua Ciclo de Deming

De acuerdo a Fernández S. (2017) el Ciclo de Deming, también conocido como Modelo PDCA, debido a que las siglas mencionadas hacen referencia a cuatro pasos o fases que conllevan al mejoramiento de la calidad, puesto que se trata de acciones planificadas y organizadas que aportan confiabilidad de que el servicio logrará satisfacer las características de calidad. Los pilares del modelo se basan en la importancia y el desarrollo manuales que definan planes y procesos, el seguimiento y evaluación de procedimientos determinados. Los elementos del PDCA son: planificar, hacer, controlar y actuar. (pág. 151)

Capítulo III: Metodología

3.1. Contexto de la investigación

La investigación se realiza a clientes externos, los cuales son habitantes del Barrio “Virgen del Carmen” ubicado en el cantón La Libertad y son actualmente usuarios de Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP.

3.2. Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, direccionada en un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo. Para la recolección y análisis de la información que permita lograr la medición de la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente y el nivel de satisfacción que este les produce, detectar las deficiencias y desarrollar un programa de mejora en el servicio de la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP.

El enfoque cualitativo es implementado en la investigación mediante el análisis documental de las bases teóricas y del Modelo Servperf, aplicado en artículos científicos desarrollados por Reyes & Veliz (2021), Grapain y Cortés, Fernández , & Martínez (2021). Utilizado para determinar las dimensiones que permitan el diagnóstico del nivel de calidad de servicio, la cual

estará determinada por la suma de las puntuaciones, es decir que mientras más elevada sea la suma más alto será el nivel de calidad de servicio de la organización, respecto a la perspectiva de los clientes. Para que se considere que la organización tiene un nivel de calidad alto, debe alcanzar por cada dimensión una valorización de 90% en adelante, si la puntuación es entre 75 a 89 significa que los clientes están regularmente satisfechos por lo que analiza y retroalimenta las variables de la dimensión y finalmente si se tiene un porcentaje de 0 a 74% y se debe trabajar de forma inmediata en la reestructuración de las variables de la dimensión correspondiente. De esta forma se da paso al desarrollo de un programa de mejora de la calidad de servicio y satisfacción del cliente.

El enfoque cuantitativo es aplicado por medio de encuestas realizadas a los clientes externos de la organización CNEL EP, la información recolectada respecto a los servicios brindados por la organización, es analizada mediante la aplicación del análisis estadístico.

Posterior al análisis de la encuesta; si los resultados obtenidos en cuanto al nivel de satisfacción son menores al 90% se realiza la propuesta, en base al análisis de cada pregunta y las acciones o actividades de mejora se aplica a cada dimensión del modelo seleccionado.

3.3. Población y Muestra

La población total de la investigación es de 3500 personas, la cual está conformada por los habitantes del barrio “Virgen del Carmen”, y que son actualmente usuarios de CNEL EP; de acuerdo a la información más reciente del barrio en estudio (Alvarado & Olives, 2015).

Tabla 2 Población.

Población	Cantidad	Técnica
Clientes externos del barrio “Virgen del Carmen”	3500	Encuesta
Total	3500	

Nota. Datos de la comunidad barrial “Virgen del Carmen”. Elaborado por: Ing. Andrés Orrala

3.3.1. Tipo de muestreo

Para la implementación de la encuesta, la metodología para determinar el tamaño de la muestra de los clientes que radican en el barrio “Virgen del Carmen”, técnica utilizada por (Reyes & Veliz, 2021), es el muestreo aleatorio simple y se calcula en base a la siguiente fórmula descrita en el libro de estadística para poblaciones finitas de (Murray & Larry, 2009), donde a partir de aquello se establecen los siguientes datos:

Tabla 3 *Tamaño de muestra.*

	Descripción	Valores
$n =$	Tamaño de muestra buscado	
$N =$	Población (promedio clientes mensuales)	3500
$z =$	Nivel de confianza	95% (1,96)
$p =$	Probabilidad de ocurrencia	0,5
$q =$	Probabilidad de no ocurrencia ($1 - p = 0.5$)	0,5
$e =$	Error máximo	0,05

Nota. Variables de la fórmula para poblaciones finitas. Elaborado por: Ing. Andrés Orrala

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q} \quad (1)$$

Cálculo del tamaño de la muestra con los datos de la tabla 2 y la información del barrio “Virgen del Carmen” en la ecuación 1:

$$n = \frac{(3500) * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2(3500 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$
$$n = 346,25$$

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Encuesta

Se desarrolló un cuestionario con 15 preguntas, dirigido a clientes externos de CNEL.EP del barrio “Virgen del Carmen”, en la cual se evalúan las 5 dimensiones definidas en el Modelo Servperf (elementos tangibles, confiabilidad, responsabilidad y capacidad de respuesta,

seguridad y empatía) para valorar la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente. Los datos recolectados son debidamente tratados y analizados con recursos estadísticos.

El 50% de las encuestas son aplicadas de forma online, mediante un formulario de Google, mientras que el restante, son realizadas por el investigador de forma presencial en la localidad objeto de estudio. La encuesta utiliza la escala de Likert, la cual es utilizada en el modelo Servperf, detallada en 5 puntos, que facilita llenar la encuesta y la interpretación para el análisis de resultados de la satisfacción del cliente en referencia al servicio que reciben en CNEL EP, sucursal La Libertad. Para lo cual la calidad de servicio se determina por la suma de las puntuaciones, es decir que mientras más elevada sea la suma del resultado de satisfacción, indicara el nivel de calidad de servicio de la organización (Ibarra Morales & Casas Medina , 2015).

Tabla 4 Escala de Likert para medir la satisfacción del cliente respecto al servicio recibido por CNEL EP.

Puntos de Likert	Significado	Rango de porcentaje de Satisfacción al cliente
1	Totalmente en desacuerdo	0-20
2	En desacuerdo	20-40
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40-60
4	De acuerdo	60-80
5	Muy de acuerdo	80-100

Nota. Elaborado por Ing. Andrés Orrala. Basado en Macanaza, Sito, & Romero, (Macanaza, Sito, & Romero, 2021)

Capítulo IV: Análisis y discusión de resultados

4.1. Análisis de resultados de instrumento de investigación: Encuesta.

Tabla 5 Resultados obtenidos de las encuestas realizadas.

Dimensión	Pregunta	Promedio	% de Satisfacción
Elementos tangibles	¿Cree usted que los equipos de CNEL EP son de última tecnología?	2,97	59,3
Elementos tangibles	¿El personal de servicio al cliente tienen apariencia limpia y pulcra?	3,48	69,6
Elementos tangibles	¿Las instalaciones de CNEL EP lucen limpias y acorde al servicio que ofrecen?	3,46	69,2
Fiabilidad	¿Cuando en CNEL EP se comprometen a realizar o resolver algo en determinado momento, lo cumplen?	3,02	60,4
Fiabilidad	¿CNEL EP le ofrece un servicio oportuno?	2,45	49,0
Fiabilidad	¿CNEL EP es confiable para usted?	3,60	71,9
Capacidad de respuesta	¿El personal de CNEL EP informa con precisión a sus clientes cuando concluirá algún servicio?	3,05	61,0
Capacidad de respuesta	¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP actúa con rapidez ante sus dudas o peticiones?	3,03	60,6
Capacidad de respuesta	¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP se muestran dispuestos para ayudarle siempre?	3,15	62,9
Seguridad	¿El comportamiento del personal de servicio al cliente de CNEL EP le transmite confianza?	2,97	59,5
Seguridad	¿Usted siente seguridad al realizar acuerdos con el personal de servicio al cliente de CNEL EP?	3,06	61,2
Seguridad	¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP son amables en todo momento?	3,05	61,0
Empatía	¿El personal del servicio al cliente de CNEL EP se muestra comprensivo ante sus dudas y peticiones?	3,04	60,7
Empatía	¿Cree usted que CNEL EP tiene horarios convenientes para la atención de los clientes?	2,48	49,6
Empatía	¿Cree usted que CNEL EP se preocupa por mejorar sus servicios?	2,57	51,4

Nota. Elaborado por: Andrés Orrala

Se realizaron 347 encuestas a los habitantes del Barrio “Virgen del Carmen” del cantón La Libertad, en un lapso de tiempo de 2 semanas, de forma online mediante un formulario desarrollado en Google Maps, el cual fue enviado a cada uno de los habitantes por medio de un grupo de WhatsApp, posteriormente del 6 al 12 de junio de forma presencial con los habitantes de dicha comunidad.

El modelo SERVPERF permite evaluar cinco dimensiones que miden la satisfacción de cliente en relación al servicio que reciben en la empresa pública CNEL EP, sucursal ubicada en el cantón La Libertad, para lo cual se implementan 3 interrogantes por cada dimensión. Las respuestas nos llevan al investigador al siguiente análisis.

Dimensión Elementos tangibles

Elementos tangibles hace referencia a la apariencia física que se puede observar de las instalaciones, los equipos, herramientas de trabajo y comunicación e incluso del personal de la organización CNEL EP (Ibarra Morales & Casas Medina , 2015). Los resultados de la encuesta indican que los usuarios manifiestan que una opinión neutral respecto a que los equipos utilizados en la actualidad por los colaboradores de la empresa sean de última tecnología, debido a que el porcentaje de valoración es de 59,3 %. Afirman además que, por lo general la apariencia del personal de servicio al cliente es limpia y pulcra, debido a que el nivel de respuestas oscila entre el punto 3 y 4 del nivel, concentrándose en este último de puntuación de Likert. De la misma forma las instalaciones de CNEL EP, lucen en su mayoría limpias y acorde al servicio que prestan.

Dimensión Fiabilidad

Se refiere a la confianza que brinda la organización a sus clientes para resolver sus inquietudes, problemas y brindar el servicio con la respectiva seriedad, formalidad, seriedad, y sin dudas, riesgos o inseguridad (Ibarra Morales & Casas Medina , 2015). La confianza que brinda CNEL EP, a sus clientes de acuerdo a sus percepciones es de 71.9 %, es decir que la confianza se encuentra en un nivel aceptable-alto. Sin embargo, también afirman no estar de acuerdo ni en desacuerdo, respecto al cumplimiento en resolver o realizar una actividad en un tiempo

determinado, las opiniones en cuanto a si reciben un servicio oportuno están divididas entre el desacuerdo y la opinión neutral, por lo que se percibe la inconformidad en el servicio.

Dimensión Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta de una empresa a sus clientes, radica en la responsabilidad y la disposición que el personal demuestra para colaborar y brindar el mejor servicio en el momento que se lo requiere (Ibarra Morales & Casas Medina , 2015). Según la encuesta realizada, los usuarios manifiestan una opinión neutral respecto a que los colaboradores de CNEL EP informen con precisión el momento en que se concluirá algún servicio, de la misma forma en referencia a la rapidez en que se atienden sus peticiones o dudas. En cuanto a la disponibilidad del personal de servicio al cliente la percepción varía en proporciones mínimas para afirmar la existencia de la disponibilidad, sin embargo, la mayoría de los encuestados establece un término neutral.

Dimensión Seguridad

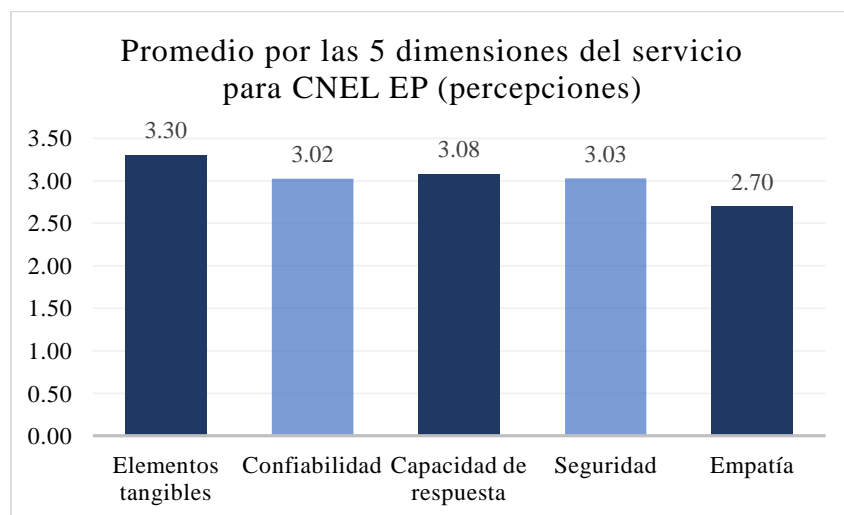
La dimensión de seguridad determinada por el modelo Servperf, se refiere a la capacidad, el conocimiento y las competencias profesionales que debe tener el personal de servicio o atención al cliente respecto al servicio público de energía eléctrica, junto a la cortesía y amabilidad para que inspire y transmita confianza a los usuarios (Ibarra Morales & Casas Medina , 2015). La mayoría de los encuestados manifiestan una percepción neutral en referencia a la confianza que transmite el comportamiento del personal y la seguridad que brinda realizar acuerdos, además de la amabilidad que se percibe en todo el proceso de atención al cliente.

Dimensión Empatía

La última dimensión que evalúa el modelo, radica en el respeto y consideración que todo el personal de atención al cliente y de todas las áreas de la organización deben comunicar a cada usuario de forma personalizada y natural (Ibarra Morales & Casas Medina , 2015). El rango de respuestas de los encuestados se establece entre el 60,7% y 49,6% del nivel de satisfacción, en relación a la empatía, por lo que los clientes expresan percepciones neutrales, pero con un promedio muy bajo en este rango sobre la comprensión que muestra el personal ante sus dudas y peticiones, respecto a la conveniencia de los horarios de atención y sobre la preocupación de CNEL EP por mejorar sus servicios, es decir que una parte de las personas encuestadas manifestaron desacuerdo en estas interrogantes.

El modelo Servperf nos ofrece la posibilidad de obtener un promedio que aporte a obtener una valoración más clara de cada una de las dimensiones evaluadas, reflejada en el siguiente gráfico.

Figura 1 Promedio por las cinco dimensiones para CNEL EP (percepciones)

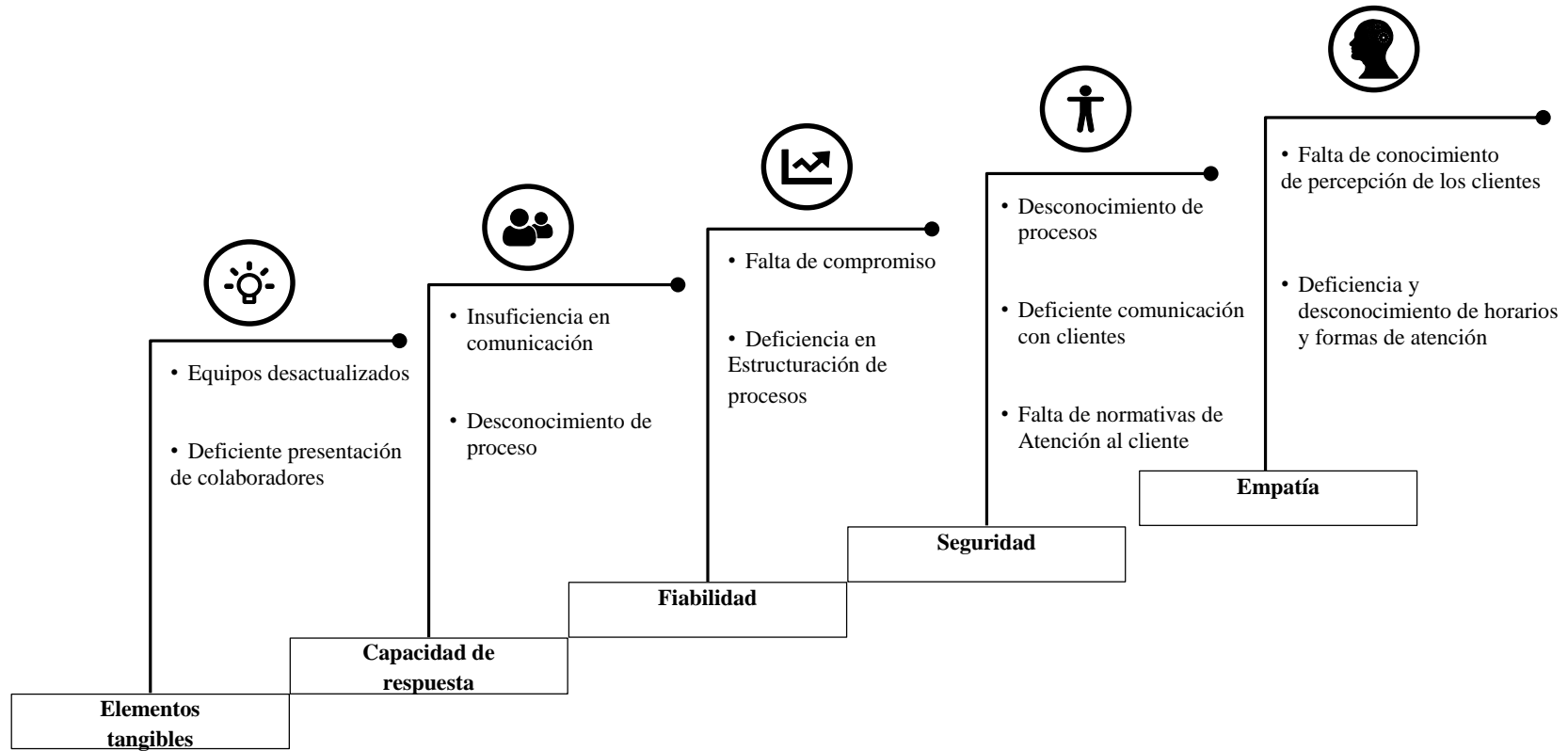


Los promedios con valoraciones más altas, radican en las dimensiones de elementos tangibles y capacidad de respuesta, por lo que están son las dimensiones mejor valoradas por los usuarios, mientras que la confiabilidad, seguridad y empatía obtienen valores más bajos.

Capítulo V: Estudio o análisis de caso

5.1. Diagnóstico de acuerdo a diagrama de causa y efecto

Figura 2 Diagrama causa y efecto



Nota. Elaborado por Andrés Orrala

5.2. Propuesta

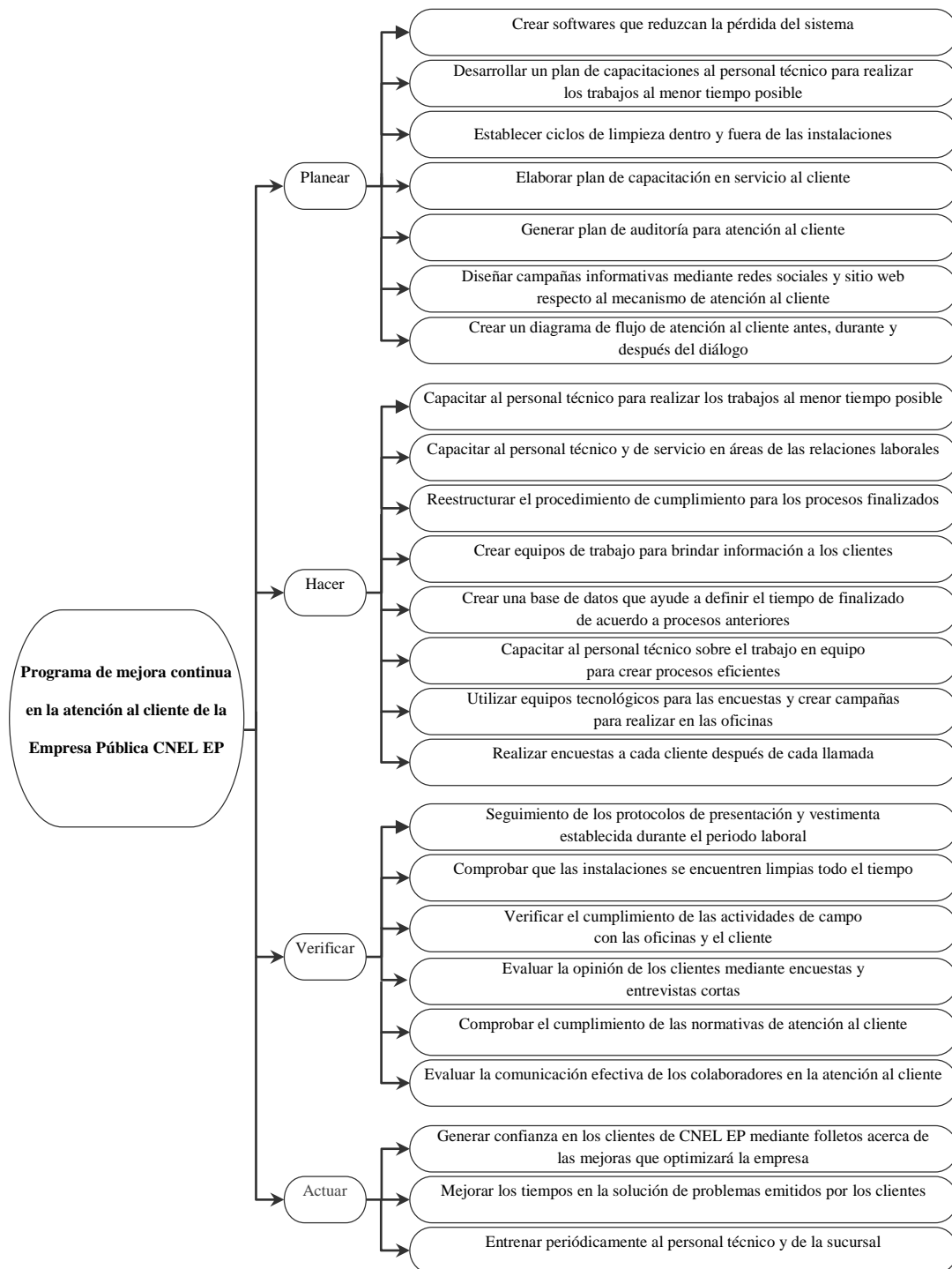
Tabla 6 Propuesta de cada dimensión del modelo Servperf.

Dimensión	Factor	Objetivo	Estructura organizacional	Táctica	Indicador
Elementos tangibles	Instalaciones	Crear un sistema de última tecnología para optimizar el tiempo de atención	Gerencia de tecnologías de la información	Revisar el historial de actividades del sistema registrados a tiempo real en los últimos años	Tráfico de red
Elementos tangibles	Apariencia del personal	Controlar la vestimenta establecida durante el período laboral	Gerencia de desarrollo corporativo	Registrar diariamente para crear un hábito	Interacciones sociales
Elementos tangibles	Instalaciones	Comprobar que las instalaciones se encuentren limpias todo el tiempo	Gerencia técnica	Capacitar y requerir personal	Mejora de tiempos
Fiabilidad	Cumplimiento	Capacitar al personal técnico para realizar los trabajos al menor tiempo posible	Gerencia técnica	Crear videos interactivos e incluir mayor personal técnico para cada zona	Disponibilidad de técnicos
Fiabilidad	Solución de problemas	Verificar el cumplimiento de las actividades de campo con las oficinas y el cliente	Gerencia técnica	Formular nuevos protocolos de cumplimiento en el personal técnico, para evitar fallas en cada servicio	Calidad del proceso
Fiabilidad	Credibilidad en los clientes	Generar confianza en los clientes de CNEL EP mediante folletos acerca de las mejoras que optimizara la empresa	Gerencia comercial	Brindar la información diaria en folletos y utilizando recursos tecnológicos disponibles en la sucursal	Nivel de satisfacción
Capacidad de respuesta	Comunicación efectiva	Crear un programa para definir el tiempo de cada tarea en base a la disponibilidad de los técnicos	Gerencia comercial	Desarrollar un análisis de datos semanalmente de cada servicio solicitado	Satisfacción del cliente
Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	Mejorar los tiempos en la solución de problemas emitidos por los clientes	Gerencia técnica	Entrenar al personal semanalmente para realizar actividades de manera ágil	Calidad de servicio
Capacidad de respuesta	Disponibilidad de personal	Capacitar al personal técnico y de servicio en áreas de las relaciones laborales	Gerencia de desarrollo corporativo	Evaluar mediante encuestas a los clientes para medir el nivel de satisfacción	Interacciones sociales
Seguridad	Comunicación efectiva	Realizar un control del cumplimiento del protocolo de atención al cliente en los técnicos y directivos	Gerencia de desarrollo corporativo	Capacitar y evaluar al personal de servicio al cliente de los procesos de diálogo con el cliente	Satisfacción del cliente
Seguridad	Cumplimiento	Evaluar la opinión de los clientes mediante encuestas y entrevistas cortas	Gerencia de desarrollo corporativo	Computarizar la información metodológica y capacitar al personal para así obtener empleados confiables	Satisfacción del cliente
Seguridad	Comunicación efectiva	Comprobar el cumplimiento de las normativas de atención al cliente	Dirección de responsabilidad social	Aumento en la calidad del proceso del servicio realizado	Satisfacción del cliente
Empatía	Comunicación efectiva	Analizar la expectativa de los clientes	Gerencia de desarrollo corporativo	Motivar al servidor sobre la buena atención y sentido de pertenencia	Calidad del proceso
Empatía	Adaptabilidad	Mejorar el horario de atención al cliente con la implementación de personal adicional	Gerencia de desarrollo corporativo	Generar turnos de atención en el sitio web de la empresa para clientes nuevos y así evitar aglomeraciones	Satisfacción del cliente
Empatía	Sensibilidad social	Impartir charlas al personal del servicio al cliente con asesores y acompañamiento	Gerencia de desarrollo corporativo	Monitorear y revisar los reclamos y sugerencias emitido por los clientes	Satisfacción del cliente

Nota. Elaborado por Andrés Orrala

5.3. Estrategia de mejora continua PDCA

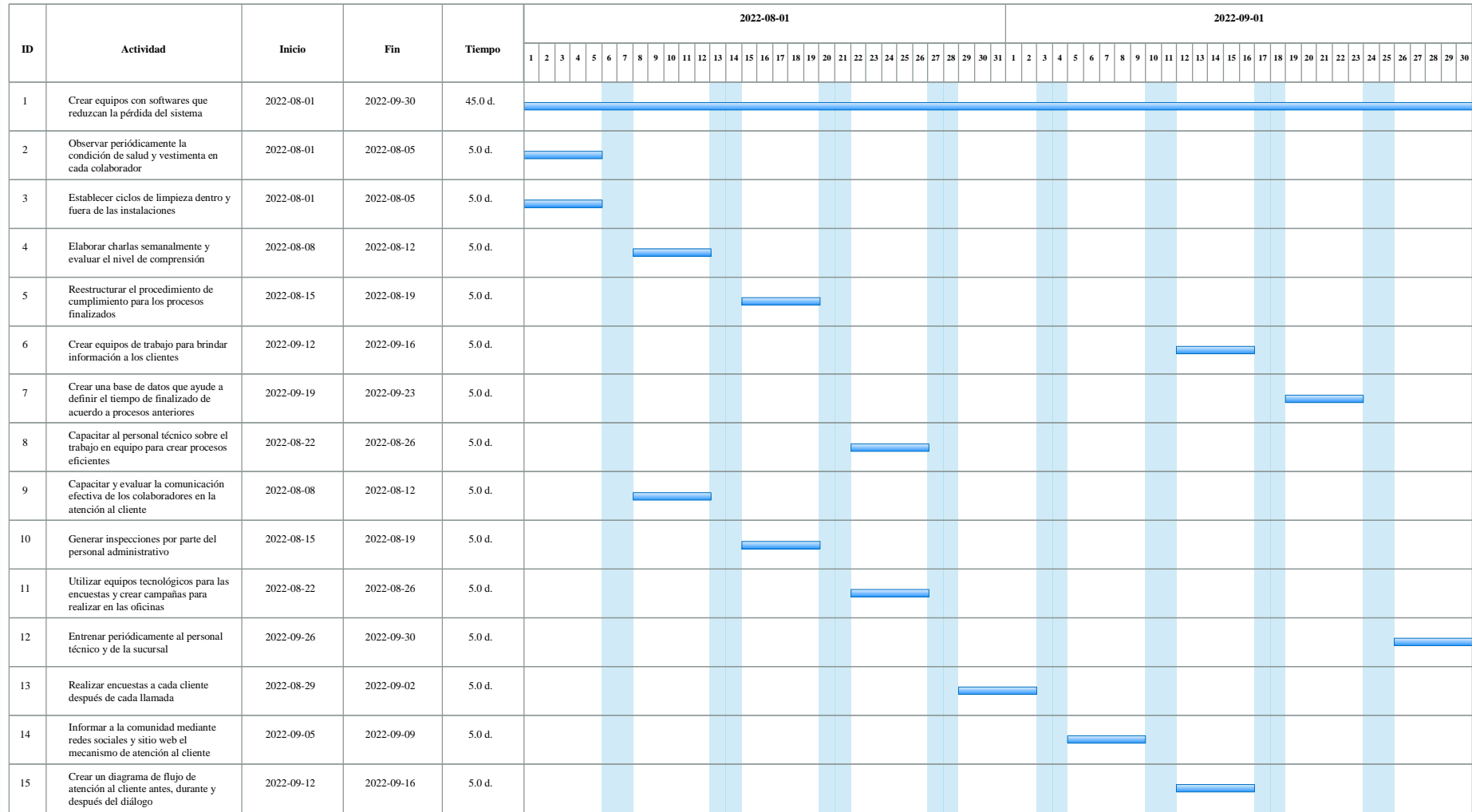
Figura 3 Estrategia de mejora continua PDCA.



Nota. Elaborado por Andrés Orrala

5.4. Cronograma de actividades

Figura 4 Cronograma de actividades de la propuesta.



5.5. Análisis del caso

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 3, existe un 60.5 % de satisfacción en los clientes; lo cual indica que los clientes esperan un servicio más eficiente. Por tal razón, se definió la propuesta teniendo en consideración la serie de preguntas formulada para cada dimensión.

Para el diseño de la tabla 4, se basó en el caso de estudio denominado “Estudio de la percepción de la calidad del servicio en los restaurantes ubicados en el sector circundante a un polo universitario de Quito, mediante el modelo SERVPERF”, donde expone criterios de cada dimensión para mejorar el sistema de atención al cliente (Cabrera, 2020).

La información incluida respecto a la estructura organizacional de la empresa en estudio fue obtenida del plan estratégico elaborado por CNEL EP para el periodo de tiempo de 2021 al 2025 (CNEL EP, 2021).

5.5.1. Dimensiones de la propuesta

5.3.1.1. Elementos tangibles.

Los elementos tangibles son considerados todo aquello que se puede percibir con los sentidos del ser humano, cada objetivo planteado va en relación a la pregunta formulada y al nivel de satisfacción; para evitar problemas de falla en el sistema y que los clientes de CNEL EP puedan realizar sus pagos o solicitar algún determinado servicio al menor tiempo posible. El otro apartado tiene que ver con la observación que realizan los usuarios en las instalaciones acerca de la limpieza y apariencia que debe tener cada colaborador de atención al cliente; adicionalmente, las instalaciones deben ser remodeladas o darle mantenimiento para que los asientos, pisos y paredes se encuentren en excelentes condiciones.

5.5.1.2. Fiabilidad.

La fiabilidad tiene relación con la calidad de servicio brindado por un determinado tiempo o largo plazo; en esta dimensión se enfocó en la preparación que debe tener el personal técnico mediante capacitaciones y en establecer nuevos protocolos de comunicación con las actividades de campo para mejorar la calidad en las actividades que se realicen. Lo que genera mayor confianza en los clientes y el nivel de satisfacción sea de mayor satisfacción. Un factor importante a considerar es la disponibilidad de los técnicos debido a que en algunos casos demoran horas en llegar a un domicilio.

5.5.1.3. Capacidad de respuesta.

La capacidad de respuesta tiene que ver con la velocidad y coordinación que se emite al cliente, el tiempo se espera en las operaciones de corte de luz, llamadas telefónicas; el tiempo debería reducirse. Por tal razón, se debe analizar la información de casos anteriores utilizando lenguajes de programación con el análisis de datos que permitan definir el tiempo de solución a cualquier caso. A la vez, se debería incluir personal adicional al equipo de técnicos y fomentar el trabajo en equipo para optimizar los tiempos de entrega del servicio y obtener mayor ganancia del consumo energético por los clientes.

5.5.1.4. Seguridad.

La seguridad en la toma de decisiones de los clientes debe ser evaluada a los técnicos y personal de atención al cliente; para que el personal de trabajo se muestre tranquilo, amable y respetuoso durante las actividades de servicio. Para ello, se debe capacitar al personal diariamente o semanalmente durante un periodo corto de tiempo y que el cliente no tenga dudas. Para verificar que se cumplan todos los protocolos de atención se debe evaluar periódicamente la opinión de los clientes y analizar las sugerencias.

5.5.1.5. Empatía.

La empatía que deben tener el personal técnico y de atención al cliente debe ser apropiada para comprender las necesidades de los clientes y que le permita hacer sugerencias de algún servicio. Para que los clientes tengan una atención de calidad y en poco tiempo se debe reducir las filas que existen en las instalaciones; para ello se debe analizar posibles soluciones para generar turnos de manera digital y en horarios que el cliente disponga.

5.5.2. Ejecución del cronograma

La figura 1, representa el desarrollo de actividades desde el 01/08/2022 hasta el 30/09/2022, para el horario de 8h00 am a 16h00 pm los días que se consideran son de lunes a viernes. La actividad 1, es la que refleja mayor intervalo de tiempo 45 días que se incluyen las mismas condiciones de horario y días mencionados.

Las actividades que tienen secuencia son la actividad son la 3,4,5 y 8 correspondiente a la gerencia técnica de CNEL EP. También son de secuencia las actividades 9,10,11,13,14 y 15 que corresponden a la gerencia de desarrollo corporativo. Las actividades 6 y7 son del área de gerencia comercial. Las actividades 1, 2 y 12 son de áreas diferentes que se las pueden realizar en cualquier intervalo de tiempo.

De acuerdo a Ponce (2020), se debe presentar un cronograma que incluya parámetros de las actividades o estrategias planificadas, para conocer el modo de ejecución de las mismas. En este caso el cronograma elaborado no presenta porcentaje de avance debido a que es una propuesta que puede ser ejecutada a futuro. También, se elaboró en base a los criterios de planificación, organización y control.

Conclusiones

- El análisis de la calidad de servicio aplicado a los clientes de la empresa pública CNEL EP tiene un promedio del 60.5%, esta valoración corresponde al nivel de satisfacción de los consumidores, lo cual ha sido determinado por medio de instrumentos de investigación basados en el modelo Servperf, resultados que conllevan a realizar mejoras al sistema de atención al cliente y técnico.
- El modelo Servperf, al determinar 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; permite diagnosticar los factores determinantes de la calidad del servicio que brinda CNEL EP. Entre las dimensiones evaluadas, elementos tangibles y capacidad de respuesta, son las mejor puntuadas, con variabilidad mínima frente a la confiabilidad y seguridad. La dimensión de empatía, obtiene el puntaje más bajo, lo que refleja que consideran no estar recibiendo el respeto y consideración personalizado que requieren.
- El promedio general de las valoraciones de las 5 dimensiones se determina en 3.03, resultados de percepciones en su mayoría en un nivel medio. Lo cual indica que los usuarios no están totalmente satisfechos con el servicio que CNEL EP, les está brindando en la actualidad en la sucursal de La Libertad, debido a que las experiencias en el servicio no les han dejado una percepción lo suficientemente positiva en relación a las dimensiones evaluadas para dar una valoración alta.
- El programa de mejora continua en la atención al cliente de la Empresa Pública CNEL EP, es una propuesta que se desarrolla como respuesta para el mejoramiento de la calidad de servicio, basada en la estrategia de mejora continua PDCA de Deming y el modelo Servperf, planificada por un periodo de dos meses donde intervienen varias de la estructura organizacional de la empresa para así brindar a los ciudadanos un servicio de calidad, reducir tiempos no productivos y optimizar los procesos técnicos.

Recomendaciones

- Aplicar el modelo Servperf de forma periódica para conocer el nivel de satisfacción de los clientes respecto al servicio que están recibiendo en la empresa pública CNEL EP, debido a que es una metodología factible y adecuada para comprender la percepción de los clientes, además porque brinda una idea de los factores que se están evaluando, para tomar acciones correctivas que mejoren la calidad del servicio de la organización.
- Evaluar los factores de la calidad de servicio mediante la aplicación de instrumentos de investigación, y tomando como una de las dimensiones de acción primordial la empatía que el personal de la organización demuestre para resolver las inquietudes y requerimientos de los usuarios, en conjunto con un sistema de evaluación de desempeño periódico para los colaboradores de la empresa.
- Efectuar un plan seguimiento continuo respecto a las dimensiones de la calidad de servicio, evaluando y verificando la implementación de acciones correctivas y de mejora, para la determinación del cambio en los procesos y protocolos de atención al cliente que debe aplicar el personal de la organización y el efecto en la percepción de los consumidores,
- Reestructura de forma continua el programa de mejora continua, siguiendo la metodología de Deming: planificar, hacer, verificar y actuar, donde el control y las acciones de mejoramiento de las actividades asignadas al personal de atención al cliente y técnico en los aspectos sociales y ámbito laboral es primordial para continuar el incremento del nivel de satisfacción de los clientes; Además, se debe realizar capacitaciones de manera continua para que el personal trabaje eficientemente en su rol de acuerdo a las normativas y protocolos vigentes que se hayan establecido por el personal administrativo y gerencia.

Bibliografía

- Alvarado, S., & Olives, J. (2015). *Estrategias de acción comunitaria, para mejorar las relaciones humanas, entre adolescentes de la ciudadela Virgen del Carmen, del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, Año 2015*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/1909>
- Alves, N., Gomez, C., Da Silva, J., & Da Silva, R. (2020). Uso de la Escala Servperf cómo método de evaluación de la satisfacción. *Encuentro de Extensión, Docencia e Iniciación Científica (EEDIC)*.
- Cabrera, E. (2020). *Estudio de la percepción de la calidad del servicio en los restaurantes ubicados en el sector circundante a un polo universitario de Quito, mediante el modelo SERVPERF*. Escuela Politécnica Nacional, Quito. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/20863>
- Calle, J., & Lucas, A. (2022). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ*. UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ, Jipijapa. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3404>
- CNEL EP. (2021). *CNELEP*. Obtenido de <https://www.cnelep.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/PLAN-ESTRATEGICO-CNEL-EP-2021-2025.pdf>
- Fernández, S. (2017). *Servicios de atención comercial*. Paraninfo.
- Fernández, S. (2022). *La conceptualización del valor percibido en la estrategia de Marketing Interno. Un enfoque del empleado como consumidor de la experiencia laboral*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid. doi:70458
- Flores, C. (2021). *La gestión de compras y su incidencia en la ventaja competitiva en la empresa Century Ecological Corporation S.A.C. en el año 2020*. Universidad Ricardo Palma, Lima. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/4532>
- Fuentes, S. (2021). *Estrategias de comunicación integral para el posicionamiento de marca de panetones hongos del bosque Chiclayo 2020*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3341>
- Gamarra, A. (2021). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las Mypes, sector servicios, rubro pollerías, San Vicente, Cañete 2021*. UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE, Chimbote, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25328>

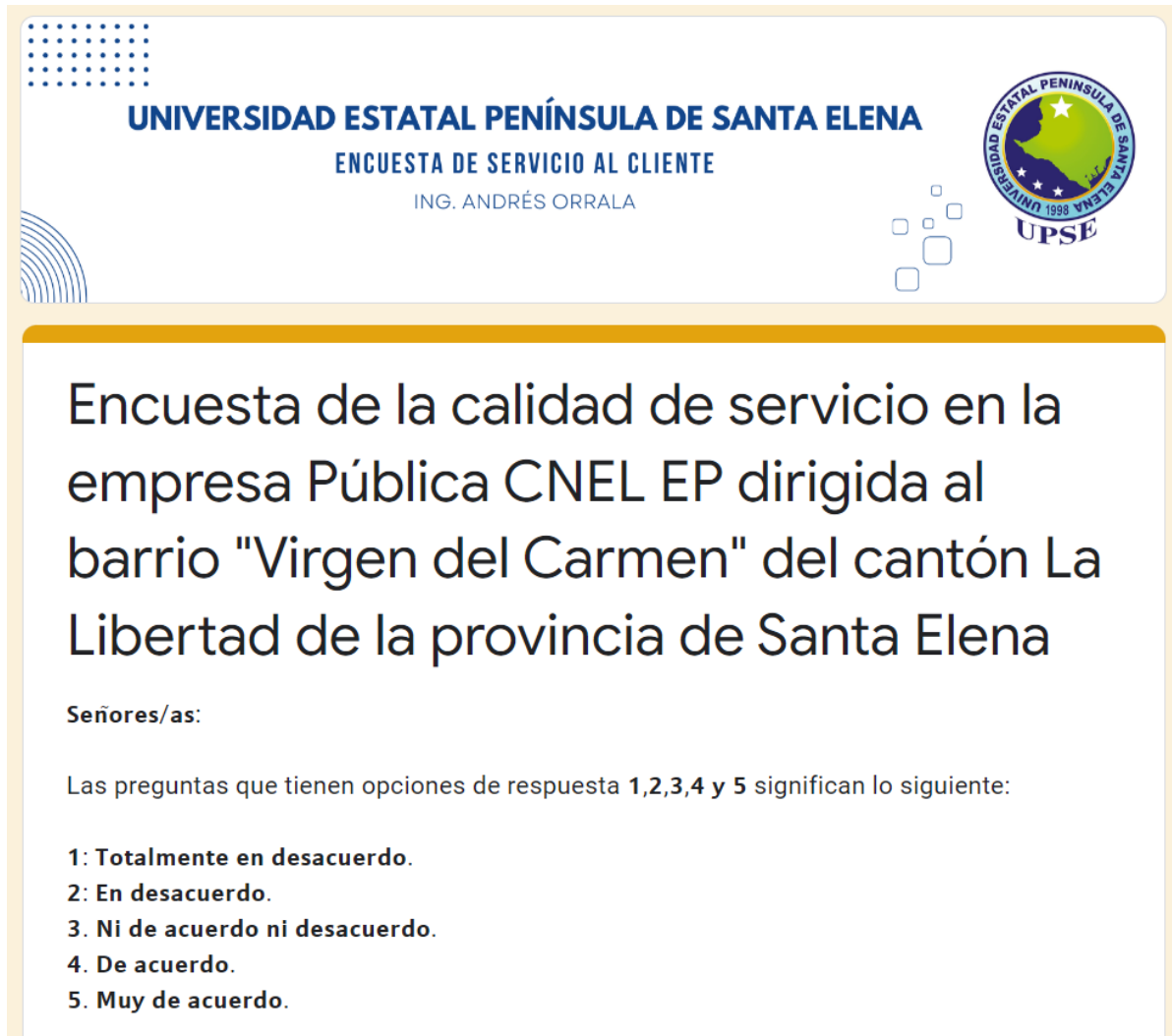
- Grapain , N., Cortés, E., Fernández , E., & Martínez , E. (2021). Calidad del servicio de una empresa comercializadora, empleando un modelo SERVPERF difuso. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad La Salle*, 137-162.
- Gutiérrez, J., & Pérez, S. (2021). *El marketing digital y su incidencia en el posicionamiento de marca en la empresa Integra en la ciudad de Ambato*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/33268>
- Guzmán Díaz, B., Tarapuez , E., & Parra Hernández, R. (2017). Estrategia y calidad en empresas colombianas de servicios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16.
- Ibarra Morales , L., & Casas Medina , E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración* , 60, 229-260.
- Macanaza, D., Sito, L., & Romero, A. (2021). *Psicología educativa*. Infinite Study.
- Manso, M. (19 de Mayo de 2022). *IMPLASER*. Obtenido de <https://www.implaser.com/la-accesibilidad-es-una-inversion-para-los-negocios-y-la-sociedad/>
- Muñoz, C., & Vargas, G. (2021). *La gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio a los usuarios del registro civil de Babahoyo, periodo 2020. plan de gestión administrativa*. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6347>
- Murray, S., & Larry, S. (2009). *Estadística*. (IV, Ed.) México: MC Graw Hill. Obtenido de https://eduvirtual.cuc.edu.co/moodle/pluginfile.php/523771/mod_resource/content/1/Estadistica%20de%20Schaum.pdf
- Ospina, J. (2021). *Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Súper Break Cafeterías y Salón de Tés, periodo 2019*. Universidad Continental, Huancayo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12394/10236>
- Pavón Sicilia, Y., Baquero-Guilarte, R., & Góngora Díaz, Á. (2018). Procedimiento para la evaluación de la calidad de los servicios internos. *Ciencias Holguín*, 11.
- Ponce, L. (2020). *Mejoramiento de la calidad de servicio al cliente en la botica del distrito de Chorrillos, Lima – 2020* . Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/5083>
- Ramos Farroñan, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*, 7.

- 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*, VI(4), 575-587. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/pc.v6i4.2586>
- Rubio, L., & De Lucas Santos, S. (2019). *Un análisis de los principales indicadores de calidad de los aeropuertos de España, Chile, Brasil y Perú*. ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana).
- Shi, Z., & Shang, H. (2020). A Review on Quality of Service and SERVQUAL model. En F. Fui-Hoon Nah, & K. Siau, *HCI in Business, Government and Organizations: 7th International Conference, HCIBGO 2020, Held as Part of the 22nd HCI International Conference, HCII 2020, Copenhagen, Denmark, July 19–24, 2020, Proceedings* (págs. 188-204). Springer Nature,.


Anexos

Anexo A. Vista principal del formulario de Google

Figura 5 Pantalla principal de la encuesta digital.



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
ENCUESTA DE SERVICIO AL CLIENTE
ING. ANDRÉS ORRALA


UPSE

Encuesta de la calidad de servicio en la empresa Pública CNEL EP dirigida al barrio "Virgen del Carmen" del cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena

Señores/as:

Las preguntas que tienen opciones de respuesta 1,2,3,4 y 5 significan lo siguiente:

- 1: Totalmente en desacuerdo.
- 2: En desacuerdo.
- 3: Ni de acuerdo ni desacuerdo.
- 4: De acuerdo.
- 5: Muy de acuerdo.

Anexo B. Modelo de la encuesta para la actividad de campo

Figura 6 Modelo de encuesta física

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Autor: Ing. Andrés Orrala

Tema: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa pública CNEL EP. del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2021.



Instrucción:

Marque con una "X" la alternativa de respuesta en base a su criterio.

		Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Muy de acuerdo (5)
1	¿Cree usted que los equipos de CNEL EP son de última tecnología?					
2	¿El personal de servicio al cliente tienen apariencia limpia y pulcra?					
3	¿Las instalaciones de CNEL EP lucen limpias y acorde al servicio que ofrecen?					
4	¿Cuando en CNEL EP se comprometen a realizar o resolver algo en determinado momento, lo cumplen?					
5	¿CNEL EP le ofrece un servicio oportuno?					
6	¿CNEL EP es confiable para usted?					
7	¿El personal de CNEL EP informa con precisión a sus clientes cuando concluirá algún servicio?					
8	¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP actúan con rapidez ante sus dudas o peticiones?					
9	¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP se muestran dispuestos a ayudarlo siempre?					
10	¿El comportamiento del personal de servicio al cliente le transmite confianza?					
11	¿Usted siente seguridad al realizar acuerdos con el personal de servicio al cliente de CNEL EP?					
12	¿El personal de servicio al cliente son amables en todo momento?					
13	¿El personal del servicio al cliente de CNEL EP se muestra comprensivo ante sus dudas y peticiones?					
14	¿Cree usted que CNEL EP tiene horarios convenientes para la atención de los clientes?					
15	¿Cree usted que CNEL EP se preocupa por mejorar sus servicios?					

Anexo B. Registro de respuestas de las 347 encuestas

Figura 7 Vista superior del registro de encuestas en Excel.

Número	Su identidad de género es?	1. ¿Cree usted que los equipos de CNEL EP son de última tecnología?	2. ¿El personal de servicio al cliente tienen apariencia limpia y plácida?	3. ¿Las instalaciones de CNEL EP hacen ruido y acorde al servicio que ofrecen?	4. ¿Cuando en CNEL EP se comprometen a realizar o resolver algo en determinado momento, lo cumplen?	5. ¿CNEL EP le ofrece un servicio oportuno?	6. ¿CNEL EP es confiable para usted?	7. ¿El personal de CNEL EP infirma con precisión a sus clientes cuando concluya alguna servicio?	8. ¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP actúa con rapidez ante sus dudas o peticiones?	9. ¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP se muestran dispuestos para ayudarle siempre?	10. ¿El comportamiento del personal de servicio al cliente de CNEL EP le transmite confianza?	11. ¿Usted siente seguridad al realizar acuerdos con el personal de servicio al cliente de CNEL EP?	12. ¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP son amables en todo momento?	13. ¿El personal de servicio al cliente de CNEL EP se muestra comprensivo ante sus dudas y peticiones?	14. ¿Cree usted que CNEL EP tiene horarios convenientes para la atención de los clientes?	15. ¿Cree usted que CNEL EP se preocupa por mejorar sus servicios?
1	Masculino	2	4	4	1	3	3	4	3	5	3	3	4	4	3	3
2	Femenino	2	5	5	5	3	4	5	2	2	4	3	4	4	3	3
3	Masculino	4	2	2	1	1	2	5	5	2	2	4	5	2	3	4
4	Femenino	2	3	2	2	4	5	2	1	3	2	5	2	3	2	1
5	Femenino	2	2	4	2	2	3	5	3	3	2	3	2	2	3	3
6	Masculino	3	3	3	2	4	3	4	2	2	2	5	5	2	1	2
7	Femenino	2	4	4	5	3	5	4	1	5	4	1	4	4	1	3
8	Masculino	3	5	4	1	3	5	3	5	5	2	2	5	4	1	1
9	Masculino	2	5	2	1	3	2	5	5	2	4	2	3	1	2	1
10	Masculino	2	4	5	3	1	2	3	2	3	1	5	3	4	1	1
11	Masculino	2	2	2	4	4	4	5	3	3	3	2	3	3	3	3

Figura 8 Vista inferior del registro de encuestas en Excel.

318	Masculino	3	5	4	4	2	5	3	1	5	3	4	2	3	3	3
319	Femenino	3	4	4	4	2	2	5	4	3	4	2	3	2	4	3
320	Masculino	3	4	4	5	4	2	5	4	5	4	5	2	4	3	3
321	Masculino	3	4	2	2	3	2	1	4	4	2	4	4	4	1	4
322	Masculino	4	4	4	1	4	4	4	4	3	4	5	1	2	1	1
323	Masculino	2	2	4	1	1	2	3	1	3	2	5	3	3	3	4
324	Femenino	2	2	2	2	4	2	3	4	1	4	1	4	3	4	2
325	Masculino	2	5	2	1	3	2	1	2	5	3	5	5	4	3	3
326	Femenino	2	2	2	2	2	5	3	2	4	4	1	2	4	1	2
327	Femenino	2	3	5	1	4	2	3	1	4	2	1	4	2	1	1
328	Masculino	3	2	4	5	1	5	1	1	2	2	2	2	4	1	1
329	Femenino	4	5	5	4	1	4	3	1	5	4	4	4	2	3	3
330	Masculino	3	2	5	1	5	1	4	1	3	2	5	2	4	4	4
331	Masculino	2	3	2	2	3	5	2	3	2	5	4	2	5	4	2
332	Masculino	2	2	2	4	3	2	3	5	5	4	5	3	2	3	1
333	Masculino	2	3	2	3	1	3	4	2	5	4	2	1	4	3	3
334	Femenino	3	4	5	1	3	4	3	5	1	4	4	2	3	3	2
335	Masculino	3	4	4	5	3	3	5	2	1	2	3	1	4	2	3
336	Femenino	2	5	2	3	1	4	3	1	5	2	3	3	2	2	1
337	Femenino	2	2	5	4	4	3	2	4	5	4	3	4	4	2	2
338	Masculino	2	4	4	3	2	3	2	4	5	2	1	2	3	4	1
339	Femenino	2	5	2	5	1	5	5	4	3	2	3	1	2	1	1
340	Masculino	4	5	4	4	2	3	1	1	2	1	5	3	4	1	1
341	Masculino	3	5	4	4	2	5	4	2	2	4	3	4	2	2	2
342	Masculino	4	5	5	4	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
343	Masculino	3	2	5	3	2	2	4	2	4	3	2	2	2	4	1
344	Masculino	4	5	5	4	2	4	1	5	3	2	4	4	1	1	1
345	Femenino	3	5	3	1	2	2	5	1	1	2	5	3	3	3	2
346	Femenino	2	2	2	1	3	4	5	5	5	3	1	5	2	4	4
347	Masculino	3	4	4	4	2	2	3	5	3	3	5	3	4	4	4
348	Femenino	4	5	2	3	2	5	5	3	2	4	2	3	1	1	1

Anexo C. Fotografías de la actividad de campo





UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA BIBLIOTECA
Formato No. BIB-009
CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 24 de Junio del 2022

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado “CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA PÚBLICA CNEL EP. DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021”, elaborado por el estudiante **Sr. Ing. Andrés Ulises Orrala González**, egresad del Programa de Maestría en **ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**, me permito declarar que una vez analizado en el sistema anti plagio URKUND, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con **2%** de la valoración permitida, por consiguiente, se procede a emitir el presente informe.

Adjunto reporte de similitud.

Atentamente,

ING. DIVAR CASTRO LOOR

CI. 0914004486

DOCENTE TUTOR



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA BIBLIOTECA
Formato No. BIB-009
CERTIFICADO ANTIPLAGIO

UPSE x Página principal de x Correo: Castro Loor x (3) WhatsApp x Inicio de sesión - U x Inicio - OURIGINAL x +

secure.orkund.com/account/#661603/0/0

Facebook Google YouTube - Broadcas... BGR NET BGR - INICIO Nueva pestaña iGoogle Google Videos Gmail YouTube Maps

Orignal by Turnitin Help Subir documentos Divar Castro Loor

Dirección de análisis: dcastro.upse@analysis.orkund.com

dcastro.upse@analysis.orkund.com (1780) Nueva carpeta Configuración

2% D141214287 ENSAYO FINAL - ANDRES ORRALA urkund.docx ENSAYO FINAL - ANDRES ORRALA GONZALEZ 206 KB 5604 palabra(s) andres.orralla.g@gmail.com 2

UPSE x Página princ... x Correo: Castro... x (1) WhatsApp x Inicio de ses... x Inicio - OURI... x D141214287 - x +

secure.orkund.com/old/view/134756726-169665-429178#q1bKLVyijbQMdQx0TGN1VEqzkzPY0zLTE7MS05VsjLQMzA0sjA2NLewNDcyMTlyMDAwrgUA

Facebook Google YouTube - Broadcas... BGR NET BGR - INICIO Nueva pestaña iGoogle Google Videos Gmail YouTube Maps

URKUND Divar Castro Loor (dcastro)

Documento ENSAYO FINAL - ANDRES ORRALA urkund.docx (D141214287)

Presentado 2022-06-23 10:02 (-05:00)

Presentado por andres.orralla.g@gmail.com

Recibido dcastro.upse@analysis.orkund.com

2% de estas 11 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
Unidad Privada del Norte / (null)	
FUNBER / (null)	
Unidad Privada del Norte / (null)	
Fuentes alternativas	
Fuentes no usadas	

70% #1 Activo

Formulación del problema ¿Como mejorar la calidad de servicio para la satisfacción del cliente de la Empresa

Pública CHIEL EP? del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2021.

1.3. Justificación La calidad de servicio permite a las entidades de cualquier razón social gestionar las actividades de manera eficiente, donde el aspecto principal consiste en brindar un servicio idóneo con nuevas tecnologías y personal capacitado que logre atender los requerimientos, para una excelente satisfacción del cliente y de esta manera prevalezca la utilización de los servicios de la Empresa Pública CHIEL EP. La adopción de metodologías que conlleven a explicar las principales variables que permitan medir la satisfacción de los clientes respecto al servicio que reciben, se propone como una herramienta fundamental para todas las organizaciones, independientemente de la etapa de crecimiento en la que se encuentren, por tal razón la implementación del Modelo Servperf es ideal debido a que permite explicar y fundamentar la calidad de servicio que está ofertando en base a la perspectiva del consumidor, con la medición de cinco importantes dimensiones del servicio: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de

Archivo de registro Urkund: Universidad Privada del Norte / (null)

No se pueden mostrar el contenido del documento de origen!

Posibles razones:

1. El documento se guarda en la sección URKUND Partner y aparece como Inaccesible. Si usted no posee este libro, tiene que comprarlo por medio del proveedor.
2. El autor ha eximido el documento como fuente visible en el Archivo URKUND.

Remitente y receptor de información está disponible con solo pasar el puntero del ratón sobre el nombre de la fuente anterior.

ESP LAA 11:35 27/6/2022

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación denominado “**CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA PÚBLICA CNEL EP. DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021**”, elaborado por el, **Ing. Orrala González Andrés Ulises**, declaran que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, académica, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por el Instituto de Postgrado pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se convierten en propiedad exclusiva de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**ANDRES ULISES
ORRALA GONZALEZ**

Ing. Andrés Ulises Orrala González
Mail: andres.orrala.g@gmail.com
Movil: 0993418584