



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS EN LA EMPRESA AGUAPEN EP, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, 2025.**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

JAIR NOÉ SALINAS TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**Atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP, provincia de Santa Elena, 2025**”, elaborado por el **Sr. Jair Noé Salinas Tomalá** egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Divar Sebastián Castro Loor, MSc.

Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación, denominado “**Atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP, provincia de Santa Elena, 2025**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Jair Noé Salinas Tomalá**, con cédula de identidad número **2400239360** 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.

Atentamente



.....

Jair Noé Salinas Tomalá

C.C. No: 2400239360

Dedicatoria

A mis padres, Jimmy Salinas y Rosa Tomalá, cuyas manos se quedaron sin huellas y llenas de marcas de sangre por trabajar y dar lo mejor de sí para que siga adelante, por formarme con valores y humildad, y por enseñarme que cuando los sueños son más grandes que los miedos, te convertirás en la persona más valiente del mundo.

A mi hermana Yajaira Salinas y a mis dos sobrinas, Milena Maite y Saray Antonella, que son el motivo por el cual vale la pena seguir adelante, a pesar de las incontables noches sin dormir y de los días en los que no me puedo dar el lujo de descansar.

A todos ustedes los que estudian con el cuerpo cansado y trabajan con la mente agotada, a quienes salen de su casa cuando el sol aún no ha salido y regresan después que este se esconde, a quienes se duermen sentados en el autobús rumbo a la universidad, al trabajo o de regreso a sus hogares, para aquellos que nunca me dejaron solo en el camino, que me mostraron que me puedo levantar al día siguiente a pesar de ya no tener fuerzas, porque solo nosotros sabemos el gran esfuerzo que realizamos para poder cumplir cada una de nuestras metas y aunque nadie más lo note estamos haciendo algo enorme que es resistir hasta que simplemente caemos agotados pero no rendidos, para ustedes que ya no los puedo considerar amigos sino una parte fundamental en mi vida.

Jair Noé Salinas Tomalá

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por darme la fuerza y la sabiduría para cumplir mis metas a lo largo de toda mi etapa académica. A mi tutor, el Ing. Divar Sebastián Castro Loor y a mi especialista y director, el Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, quienes me guiaron y apoyaron con sus conocimientos para realizar este trabajo de integración curricular. A los trabajadores de la empresa Aguapen EP por su disposición y colaboración para realizar el estudio. Y, finalmente, le agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a todos los docentes de la carrera por compartir sus conocimientos durante mi formación académica.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.

PROFESOR ESPECIALISTA

Ing. Divar Castro Loor MSc.

PROFESOR TUTOR

Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.

PROFESOR GUÍA DE LA UIC

Lic. Julissa González González Mgtr.

SECRETARIA DE LA CARRERA

Índice de contenido.

Resumen	11
Abstract.....	12
Introducción	13
Planteamiento del problema.....	14
Sistematización del problema	16
Sistematización de los problemas específicos	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos	16
Justificación	17
Idea a defender.....	18
Mapeo:	18
Capítulo I.....	20
Marco teórico.....	20
Revisión de la literatura	20
Desarrollo de teorías y conceptos	21
Atención al Cliente	21
Empatía.....	21
Amabilidad del personal	22
Cortesía en la atención.....	22
Respeto durante el servicio	22
Seguridad	22
Conocimiento del personal	23
Rapidez de atención	23
Seguridad en los procesos de atención	23

Satisfacción de los usuarios	23
Percepción del servicio	23
Calidad percibida	24
Cumplimiento de expectativas.....	24
Percepción de eficiencia del servicio.....	24
Nivel de satisfacción.....	24
Satisfacción general	24
Conformidad.....	25
Percepción de mejora.....	25
Fundamentos legales.....	25
Capítulo II	32
Metodología	32
Diseño de la investigación	32
Métodos de la investigación.	32
Alcance de la investigación	33
Población y muestra.....	33
Recolección y Procesamiento de los datos.	34
Capítulo III.....	36
Resultados y discusión.....	36
Análisis de los resultados de las encuestas	36
Análisis de los resultados de las entrevistas.	47
Discusión.	53
Propuesta	55
Conclusiones:.....	67
Recomendaciones	68

Referencias	69
Apéndice.....	75
Apéndice 1: Matriz de consistencia.	75
Apéndice 2: Acta de aceptación del tema de investigación.	78
Apéndice 3: Carta Aval.	80
Apéndice 4: Validación del instrumento – Cuestionario de encuesta.	81
Apéndice 5: Validación del instrumento – Guía de entrevista.	82
Apéndice 6: Certificado de validación de instrumento.....	83
Apéndice 7: Guía de entrevista.	84
Apéndice 8. Evidencia de entrevistas.	87
Apéndice 9: Cuestionario de encuesta.	88
Apéndice 10: Evidencia de encuesta.	92
Apéndice 11: Tabulación de encuesta.	93
Apéndice 12: Certificado antiplagio.....	94
Apéndice 13: Cronograma de actividades tutoriales.	96
Apéndice 14: Ficha de Control de Tutorías del T.I.C.	97
Índice de tablas	
Tabla 1. Matriz de correspondencia.....	36
Tabla 2. Resumen de procesamiento de casos.	39
Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad	39
Tabla 4: Tabla de integración.....	51
Tabla 5. Matriz FODA	56
Tabla 6. Matriz de trazabilidad para MEFI.....	58
Tabla 7. Matriz MEFI.....	59
Tabla 8. Matriz de trazabilidad para MEFE.....	60

Tabla 9. Matriz MEFE.....	63
Tabla 10. Matriz DAFO	65
Tabla 11. Plan de ejecución	66

Indice de gráficos

Gráfico 1. Género biológico.....	40
Gráfico 2. Edad de los participantes.	40
Gráfico 3. Lugar actual de residencia:	41
Gráfico 4. El personal de Aguapen EP me brindó una atención amable y cordial.	41
Gráfico 5. El personal mantuvo una actitud cortés durante toda la atención.	42
Gráfico 6. Recibí un trato respetuoso durante todo el proceso de atención.	42
Gráfico 7. El personal demostró tener los conocimientos suficientes para resolver mis consultas.	43
Gráfico 8. Mis solicitudes e inquietudes fueron atendidas en un tiempo adecuado y oportuno.	43
Gráfico 9: Los procedimientos de atención me transmitieron confianza y seguridad.	44
Gráfico 10: Considero que la calidad del servicio brindado por Aguapen EP es adecuada.	44
Gráfico 11. El servicio recibido cumplió con mis expectativas.	45
Gráfico 12: Considero que los servicios de Aguapen EP se prestan de manera eficiente.	45
Gráfico 13. ¿Me encuentro satisfecho con la atención recibida en Aguapen EP?	46
Gráfico 14: Estoy conforme con las soluciones y las respuestas brindadas a mi problema requerido.....	46
Gráfico 15: Cada vez que regreso a la empresa, percibo mejoras en la atención y los servicios que ofrece Aguapen EP.	47



**Atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP,
provincia de Santa Elena, 2025**

Autor:

Jair Noé Salinas Tomalá

Tutor:

Ing. Divar Sebastián Castro Loor MSc.

Resumen

El presente estudio se realizó bajo el título: “Atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP, provincia de Santa Elena, 2025”, cuyo objetivo principal fue diagnosticar la atención al cliente y el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapen EP durante el año 2025. Se aplicó un estudio descriptivo de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) a los usuarios y trabajadores del área de atención al cliente de la empresa Aguapen E.P. Los resultados de la investigación evidenciaron fortalezas en la empatía, la seguridad y el trato brindado por el personal. Sin embargo, también se identificaron oportunidades de mejora en los tiempos de respuesta y en la percepción de la mejora continua por parte de los usuarios. Finalmente, se concluyó que el diagnóstico permitió identificar fortalezas y aspectos críticos de la atención al cliente, lo que fundamentó el diseño de una propuesta de mejora para incrementar la satisfacción de los usuarios.

Palabras clave: *Atención al cliente, Satisfacción de los usuarios, Calidad del servicio, Empresa pública, Gestión pública.*



Customer Service and User Satisfaction at Aguapen EP, Santa Elena Province, 2025.

Author:

Jair Noé Salinas Tomalá

Tutor:

Ing. Divar Sebastián Castro Loor MSc.

Abstract

The present study was conducted under the title: "Customer Service and User Satisfaction at Aguapen EP, Santa Elena Province, 2025." Its main objective was to diagnose the quality of customer service and the level of user satisfaction at Aguapen EP during the year 2025. A descriptive study with a mixed-methods approach (qualitative and quantitative) was carried out involving users and employees of the company's customer service department. The research findings revealed strengths in empathy, assurance, and the courteous treatment provided by the staff. However, opportunities for improvement were also identified regarding response times and users' perception of continuous improvement. Finally, it was concluded that the diagnosis made it possible to identify both strengths and critical aspects of customer service, providing the basis for the design of an improvement proposal aimed at increasing user satisfaction.

Keywords: Customer service, User satisfaction, Service quality, Public enterprise, Public management.

Introducción

La atención al cliente se ha convertido en uno de los elementos fundamentales y estratégicos de una empresa, ya sea pública o privada, debido a su influencia directa en la satisfacción de los usuarios y en cómo perciben la calidad brindada (López Salas, 2020).

Los ciudadanos y consumidores buscan un servicio eficiente y eficaz, lo que obliga a las instituciones a fortalecer continuamente dicho aspecto para responder adecuadamente a las demandas y cumplir las expectativas.

“Comprender la satisfacción del cliente en el sector público es fundamental para que los directivos puedan diseñar iniciativas que satisfagan las necesidades de los ciudadanos y mejorar la confianza pública en los servicios gubernamentales” (Mosimanegape et al., 2020, p. 589).

En Japón se han implementado modelos de atención al cliente eficientes y eficaces, como el omotenashi, que promueve la cultura de hospitalidad y de servicios basados en adelantarse a las expectativas que pueden tener los usuarios (Harsiwi y Wicaksono, 2025).

“Cuando el servicio es brindado con sinceridad, atención y afecto, expresados con una sonrisa, se espera que cause una buena primera impresión en los huéspedes” (Wijayanti & Saifudin, 2021, p. 128).

El modelo es reforzado por Yoo et al. (2022), quienes realizaron un estudio en hoteles de cinco estrellas y concluyeron que las opiniones y experiencias de los usuarios permiten identificar los factores críticos para evaluar las perspectivas sobre la atención brindada.

Mora et al. (2024), en un análisis realizado para determinar qué tan satisfechos están los usuarios con los servicios públicos en países norteamericanos, concluyeron que factores como la rapidez en la solución de problemas, la eficiencia de los trabajadores y la forma en que son tratados durante sus procesos son determinantes para que la perspectiva de los ciudadanos hacia las empresas públicas sea positiva.

Patrón-Cortés (2021), mediante un estudio realizado en el departamento de Servicios Escolares de una institución educativa en México, evaluó el servicio de dicho departamento.

El servicio obtuvo una valoración intermedia; sin embargo, al analizar las calificaciones más bajas se observa un patrón en particular: los estudiantes dieron a conocer que la capacidad de respuesta y la empatía son los principales inconvenientes al usar los servicios de dicho departamento.

En Ecuador, se han realizado estudios sobre la atención al cliente en los servicios públicos y básicos, ya que se trata de servicios que impactan directamente en la calidad de vida y el bienestar de las personas.

En un estudio realizado para determinar el nivel de satisfacción de los usuarios con la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de la Troncal (EMAPAT) concluyeron que la institución es de alto valor y que su impacto en los ciudadanos es significativo, pues influye en la calidad de sus vidas (Matute et al., 2023).

“Es necesario reflexionar sobre cómo toda empresa de servicio público debe inspirar confianza a sus usuarios, puesto que cuando acuden a solicitar el servicio esperan que sus prestadores conozcan en detalle los aspectos inherentes al mismo” (Matute et al., 2023, p. 216).

Planteamiento del problema

La gestión inadecuada de la atención al cliente en las instituciones y empresas prestadoras de servicios públicos representa una problemática que puede afectar la calidad del servicio, la satisfacción de los usuarios y la confianza de la ciudadanía en las instituciones. La atención a los usuarios no se limita al trato recibido, sino que comprende aspectos relacionados con la comunicación, la oportunidad de respuesta, la accesibilidad a la información y la capacidad institucional para atender las necesidades y requerimientos de la población (Palmer et al., 2025).

La comunicación entre las entidades públicas y la ciudadanía constituye un elemento importante para fortalecer la confianza institucional, debido a que su ausencia o insuficiencia puede generar en los ciudadanos la percepción de falta de información o desconocimiento respecto de las acciones desarrolladas por las instituciones públicas (Ochoa & Espinoza, 2024)

Esta situación adquiere mayor importancia en los servicios básicos, especialmente en aquellos relacionados con el acceso al agua potable, debido a que una comunicación deficiente puede dificultar que la ciudadanía reciba información oportuna sobre situaciones que puedan afectar la prestación del servicio (Morales & Murillo, 2025).

Ward et al. (2024) señalan que las dificultades en el acceso a la información pueden ser más significativas en poblaciones vulnerables o alejadas, donde las barreras territoriales y sociales pueden limitar la comunicación con las instituciones responsables.

En el contexto latinoamericano, las empresas públicas encargadas de la prestación de servicios básicos enfrentan desafíos relacionados con la eficiencia de los procesos de atención, la capacidad de respuesta ante solicitudes y reclamos y la comunicación con los usuarios. Estas dificultades pueden afectar la percepción de calidad del servicio y generar niveles de insatisfacción entre la ciudadanía (Torres & Ticona, 2025).

En Ecuador, diversos estudios relacionados con la prestación de servicios públicos han identificado la importancia de fortalecer los procesos de atención al usuario, particularmente en aspectos como la oportunidad de respuesta, la comunicación institucional y la gestión de requerimientos ciudadanos (Cabrera Barbecho & Sarmiento, 2023).

En el ámbito local, Aguapen EP constituye una empresa pública encargada de la prestación del servicio de agua potable y otros servicios relacionados para la ciudadanía.

Debido a la naturaleza esencial del servicio que proporciona, la atención brindada a los usuarios adquiere relevancia, ya que las solicitudes, consultas, reclamos y requerimientos ciudadanos requieren procesos de comunicación y respuesta adecuados.

En este contexto, se evidenció la necesidad de conocer la situación de la atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de Aguapen EP.

Si bien la atención brindada por el personal presenta aspectos favorables relacionados con la empatía, el respeto y la seguridad transmitida durante la atención, también se identificaron situaciones que requieren fortalecimiento, especialmente en los tiempos de respuesta y en la percepción de mejora continua por parte de los usuarios.

Estos aspectos pueden afectar la percepción que la ciudadanía desarrolla respecto de la calidad de la atención institucional.

Sistematización del problema

¿Cuál es la situación actual de la atención al cliente y del nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapen EP, en la provincia de Santa Elena, durante el año 2025?

Sistematización de los problemas específicos

¿Cuáles son las características de la atención al cliente percibida por los usuarios de la empresa Aguapen EP de la provincia de Santa Elena?

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de la atención recibida en la empresa Aguapen EP?

¿Cuáles son los aspectos críticos de los procesos de atención identificados a partir de la integración de los resultados cuantitativos y cualitativos?

¿Qué estrategias de mejora pueden proponerse para fortalecer la atención al cliente y aumentar la satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapen EP?

Objetivo General

Diagnosticar la atención al cliente y el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapen EP durante el año 2025.

Objetivos Específicos

Caracterizar la atención al cliente percibida por los usuarios de la empresa Aguapen EP de la Provincia de Santa Elena.

Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de la atención recibida.

Identificar los aspectos críticos de los procesos de atención mediante la integración de resultados cuantitativos y cualitativos.

Proponer estrategias de mejora para el fortalecimiento de la atención al cliente y aumentar la satisfacción de los usuarios.

Justificación

En el entorno global, la satisfacción de los usuarios y la atención al cliente se han consolidado como ejes estratégicos en la gestión organizacional moderna, especialmente en un contexto caracterizado por una economía altamente competitiva y digitalizada (Hsu y Lin Chuan-Chuan, 2023).

Según un estudio realizado en 2024 en la Universidad de Porto, titulado: “A customer-centred approach for assessing the quality of service in the water sector”, se demostró cómo los usuarios ya no solo valoran el producto o servicio que reciben, sino también la calidad de la atención y la experiencia durante la prestación del servicio.

Se destaca que la atención al cliente es uno de los principales determinantes de la satisfacción y la confianza de los usuarios, especialmente en los servicios públicos, donde la relación entre la empresa y el cliente es continua y directa. El estudio sostiene que el trato recibido incide de manera significativa en la imagen institucional y en la percepción de transparencia y eficiencia (Vilarinho et al., 2024).

La gestión de la atención al cliente y la satisfacción de los usuarios enfrentan diversos desafíos estructurales relacionados con la administración pública, la infraestructura, la incorporación de tecnología y las competencias del talento humano.

Investigaciones realizadas en Chile muestran que los usuarios de los servicios básicos presentan niveles de satisfacción moderados debido a deficiencias en los canales de comunicación, los tiempos de respuesta y la resolución de reclamos (Denantes & Donoso, 2021).

Los resultados de dicha investigación destacan la empatía y la capacidad de respuesta como dimensiones esenciales para fortalecer la confianza del cliente en las empresas prestadoras de servicios públicos, evidenciando la necesidad de implementar modelos en las áreas estudiadas (Denantes & Donoso, 2021).

En Ecuador, la satisfacción de los usuarios y la atención al cliente son elementos clave en la gestión de las empresas públicas, especialmente en el sector de agua potable y saneamiento.

Un estudio reciente revela que las empresas públicas del país enfrentan desafíos relacionados con la comunicación con los usuarios, la gestión de reclamos y la eficiencia del servicio, lo que provoca que la relación entre la empresa y los ciudadanos se vea afectada (Cabrera Barbecho & Sarmiento, 2023).

La presente investigación busca actualizar la información disponible y determinar la situación actual de ambas variables en Aguapén EP, generando evidencia empírica que contribuya a la toma de decisiones institucionales, al fortalecimiento de la gestión pública y a la identificación de oportunidades de mejora en el proceso de atención.

Finalmente, los resultados obtenidos podrán servir como referente para el desarrollo de estudios comparativos, el diseño de estrategias de mejora y la evaluación de la evolución de estas variables en distintos contextos y periodos, contribuyendo al fortalecimiento de la calidad de los servicios públicos.

Idea a defender

El diagnóstico de la atención al cliente y del nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapén EP permitirá identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora que fundamenten el diseño de estrategias para fortalecer la calidad del servicio.

Mapeo:

El presente trabajo de investigación se encuentra estructurado en varios capítulos; la primera parte es la introducción, donde se encuentra la información preliminar que se obtuvo de la institución Aguapén EP, comenzando con el planteamiento del problema, su respectivo objetivo general y objetivos específicos, finalizando con la justificación. Para el desarrollo del tema, se establece el siguiente mapeo:

En el **capítulo I** se encuentra el marco referencial, donde se mencionan las fuentes de investigación, revisión de la literatura, conceptos y teorías de libros o trabajos actualizados que tienen relación con las variables, las cuales servirán como sustento para realizar la propuesta del presente trabajo.

De igual forma, en el marco teórico se detalla el desarrollo de las teorías y los conceptos de variables, dimensiones, indicadores y estrategias que integran la implementación de la propuesta.

En el **capítulo II** se presentan la metodología y los materiales utilizados en la investigación, como el tipo y el método de investigación, las herramientas necesarias para la recolección de datos y el diseño de la muestra para el levantamiento de información.

En el **capítulo III** se presentan los resultados obtenidos a partir de la recopilación de datos (tanto cuantitativos como cualitativos) para realizar el análisis correspondiente, lo que da como resultado la propuesta que puede implementarse.

En la parte final del documento se presentan la discusión y las conclusiones, que sirven de referencia para las recomendaciones que requiera la empresa Aguapen EP y para investigaciones futuras.

Capítulo I

Marco teórico

Revisión de la literatura

En Ecuador, la atención al cliente de las empresas públicas ha sido objeto de diversas investigaciones debido a su importancia para la satisfacción de los usuarios y el fortalecimiento de la gestión pública, así como para mejorar la calidad del servicio, la calidad de vida de los ciudadanos, la percepción que tienen las personas sobre las empresas públicas y fortalecer la confianza ciudadana.

En una investigación realizada en una empresa pública de Portoviejo, que es el Registro Civil, en la agencia de Cedulación, los autores Muñoz-Zamora y Flores-Urbáez, (2024) utilizaron el modelo SERVQUAL para evaluar la satisfacción de los usuarios mediante la comparación entre las expectativas y percepciones de los usuarios, permitiéndoles identificar cuáles fueron las fortalezas y las oportunidades de mejora, y así proponer planes de mejora utilizando las cinco dimensiones que propone el modelo.

Otro estudio analizó los factores que influían en la eficiencia del servicio público de agua potable en el cantón Santa Lucía, provincia del Guayas. Mendoza et al. (2022) evidenciaron que aspectos como la gestión administrativa, la capacidad operativa de la empresa y la atención al usuario inciden en la percepción de calidad.

Finalmente, concluyeron que mejorar los procesos de atención y fortalecer la gestión institucional favorecen a la satisfacción de los ciudadanos y la eficiencia en la prestación del servicio público.

Por otra parte, Velázquez y Quishpe (2022) investigaron la calidad del servicio de agua potable en la Empresa Regional de Agua Potable del cantón Huaquillas (EMRAPAH).

El estudio incorporó variables técnicas y de percepción del servicio y evidenció que la satisfacción de los usuarios también depende de la eficiencia en la atención, de la capacidad de respuesta institucional y de la confianza que la empresa pública genera en la ciudadanía.

Desde una perspectiva comparativa, Borbor et al. (2026) analizaron la atención y la satisfacción del cliente en dos empresas públicas: la “Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Lago Agrio EMAPALA EP” y la “Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP”.

Los autores concluyeron que la calidad de la atención y la eficiencia con que las instituciones resuelven los problemas de sus usuarios contribuyen a su satisfacción y propusieron un sistema para fortalecer la gestión de la calidad en las empresas públicas.

A nivel internacional, Rodríguez et al. (2022) evaluaron la satisfacción de los usuarios en el “Organismo operador de agua potable, alcantarillado y saneamiento de Rioverde, San Luis Potosí, S. L.” (México), mediante la aplicación del modelo SERVQUAL.

Los resultados evidenciaron que las dimensiones de confiabilidad y capacidad de respuesta identifican oportunidades de mejora, pues las herramientas contribuyeron a incrementar la satisfacción de los usuarios y a fortalecer la gestión de la empresa pública de agua potable.

Desarrollo de teorías y conceptos

Atención al Cliente

La atención al cliente comprende las acciones, las estrategias y los procedimientos que una organización implementa para atender las necesidades, las consultas, las solicitudes y los reclamos de sus usuarios de manera eficiente y satisfactoria.

En las instituciones públicas, la confianza de los usuarios es un elemento fundamental, ya que garantiza que se está realizando un buen trabajo al brindar acceso a los servicios públicos (Pedersen, 2021)

Empatía.

La empatía se entiende como la capacidad de los trabajadores públicos para comprender las necesidades de los ciudadanos, con el objetivo de brindar una atención personalizada, lo que ayuda a resolver con precisión los problemas de los usuarios y

contribuye a generar una relación de confianza entre la institución y la ciudadanía (Almendra & da Silva, 2022).

Amabilidad del personal

La amabilidad del personal se refiere a la actitud cordial y positiva que los servidores públicos demuestran ante los ciudadanos al atenderlos.

Una atención amable favorece la comunicación efectiva, mejora la experiencia y contribuye a crear un ambiente de respeto y confianza, permite reducir tensiones y facilita la resolución de conflictos o inconvenientes que puedan surgir durante el proceso (Greco et al., 2025).

Cortesía en la atención

La cortesía se define como el uso de expresiones y el comportamiento que utilizan los servidores públicos al brindar los servicios de la empresa hacia los usuarios de la misma, además de favorecer la imagen institucional con respecto a la capacitación que tienen los trabajadores para manejar conflictos, engrandeciendo la relación entre la institución y los ciudadanos (Pan & Choi, 2024).

Respeto durante el servicio

El respeto durante el servicio se demuestra cuando los derechos de los usuarios son aplicados a todos por igual, sin importar la etnia, la religión o la nacionalidad. El respeto constituye un principio fundamental en la prestación de servicios públicos, ya que garantiza una atención orientada al bienestar de la comunidad. (Denier, 2013)

Seguridad

Un servicio brindado con excelencia en las empresas públicas ayuda a fortalecer la confianza y la buena relación entre usuarios e instituciones.

Es lo que más resalta porque los ciudadanos son quienes lo juzgan y comentan, lo que impulsa a las empresas a mejorar constantemente y hace que el servicio pase de ser algo básico a convertirse incluso en una estrategia de mejora de la imagen institucional. (Bayad Jamal Ali, 2021)

Conocimiento del personal

El conocimiento del personal es el dominio que los trabajadores tienen sobre los procedimientos, las normativas, los servicios y los procesos institucionales de la empresa. Un trabajador público capacitado puede proporcionar información precisa y resolver consultas de manera efectiva, lo que reduce errores y mejora la calidad de la atención (Beula et al., 2022).

Rapidez de atención

La rapidez de atención es el tiempo que transcurre desde que el usuario utiliza los servicios de la institución para realizar sus trámites y consultar dudas, hasta obtener una respuesta o solución a sus problemas e inquietudes. La eficiencia en los tiempos de atención constituye un factor clave para la satisfacción del usuario. (Trang et al., 2024).

Seguridad en los procesos de atención

La seguridad es la capacidad de los trabajadores para generar confianza en los usuarios, demostrándoles que cuentan con conocimientos profesionales al realizar procedimientos de manera confiable. (Hsu H.-Y. , 2026).

Satisfacción de los usuarios

La satisfacción del usuario es el resultado de la comparación que realizan las personas tras recibir un servicio. El concepto contribuye a medir la calidad de los servicios y a determinar el nivel de satisfacción que la entidad pública logra brindar a la población.

La satisfacción permite identificar fortalezas y oportunidades de mejora en la gestión institucional, aportando factores para la elaboración de diseños estratégicos y para el fortalecimiento de la calidad del servicio. (Rusdianti & Fajar, 2023)

Percepción del servicio

La percepción del servicio es la valoración que le dan los usuarios sobre las características y el desempeño del servicio que han recibido, e inicia desde que el usuario interactúa con la institución, convirtiéndola en un elemento fundamental para determinar la satisfacción. (Galindo Pasache et al., 2024)

Calidad percibida

La calidad percibida es la valoración que los usuarios hacen sobre la excelencia del servicio recibido. La valoración considera varios aspectos, como la atención brindada, la capacidad para resolver problemas, qué tan eficientes son los procesos y el cumplimiento de las necesidades planteadas. (Susilawati & Nilakusmawati, 2017)

Cumplimiento de expectativas

El cumplimiento de expectativas es la comparación que los usuarios realizan entre el servicio recibido y lo que esperaban antes de acudir a la institución. Cuando la experiencia obtenida es igual o superior a las iniciales, se genera satisfacción; si no se cumple, ocurre lo contrario y surgen percepciones negativas respecto al servicio. (Zhang et al., 2022)

Percepción de eficiencia del servicio

La eficiencia percibida influye en la valoración general que los usuarios hacen del servicio prestado por la empresa.

La opinión de los usuarios se basa en la manera en que los trabajadores realizan sus actividades, demostrando sus capacidades al utilizar adecuadamente sus recursos y al brindar soluciones. Una institución eficiente se caracteriza por reducir los tiempos de espera, optimizar procesos y resolver de manera efectiva los requerimientos. (Gumah y Aziabah, 2020)

Nivel de satisfacción

El nivel de satisfacción refleja la aceptación y conformidad que experimentan los usuarios tras recibir el servicio. Lo que permite conocer la valoración que tienen sobre la atención brindada y los resultados obtenidos. (Christensen et al., 2025)

Satisfacción general

La satisfacción general siempre estará arraigada con la percepción positiva que puede brindar la institución, además de generar una mayor confianza en los servicios ofrecidos, y corresponde a la evaluación que realizan los usuarios respecto a la experiencia de atención recibida. (Stojic et al., 2020)

Conformidad

La conformidad es el nivel de aceptación que los usuarios otorgan a las soluciones, respuestas o servicios que la institución les proporciona, lo cual permite determinar si las necesidades fueron atendidas adecuadamente y si los resultados obtenidos se consideran satisfactorios. (Fan & Shengjin, 2021)

Percepción de mejora

La percepción de mejora es la opinión que tienen los usuarios sobre los cambios y avances implementados por la institución para optimizar la calidad de sus servicios. Es decir, permite evaluar si perciben los esfuerzos que la institución realiza para mejorar continuamente y modernizar sus procesos de atención, ya que una percepción positiva de la mejora fortalece la confianza y contribuye a incrementar su satisfacción con los servicios recibidos. (Fathya et al., 2023).

Fundamentos legales.

Constitución de la República del Ecuador (2008)

La Constitución de la República del Ecuador es el principal cuerpo normativo que garantiza el derecho de la ciudadanía a recibir servicios públicos de calidad. En el artículo 3, numeral 1, se establece como deber primordial del Estado garantizar que se cumplan los derechos de los ciudadanos, sin discriminación alguna. Además, el artículo 52 reconoce el derecho de las personas a acceder a bienes y servicios de excelente calidad, así como a recibir información precisa y un trato adecuado por parte de quienes los proveen.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Ley Orgánica de Servicio Público (LOSEP)

La Ley Orgánica del Servicio Público (LOSEP) regula los deberes y responsabilidades de los servidores públicos en el ejercicio de sus funciones. **El artículo 22**, literal f, establece que los servidores públicos deben prestar atención permanente al público, con el propósito de garantizar el derecho de la población a recibir servicios públicos de calidad óptima.

Art. 22.- Deberes de las o los servidores públicos.- Son deberes de las y los servidores públicos:

a) Respetar, cumplir y hacer cumplir la Constitución de la República, leyes, reglamentos y más disposiciones expedidas de acuerdo con la Ley;

b) Cumplir personalmente con las obligaciones de su puesto, con solicitud, eficiencia, calidez, solidaridad y en función del bien colectivo, con la diligencia que emplean generalmente en la administración de sus propias actividades;

c) Cumplir de manera obligatoria con su jornada de trabajo legalmente establecida, de conformidad con las disposiciones de esta Ley;

d) Cumplir y respetar las órdenes legítimas de los superiores jerárquicos. El servidor público podrá negarse, por escrito, a acatar las órdenes superiores que sean contrarias a la Constitución de la República y la Ley;

e) Velar por la economía y recursos del Estado y por la conservación de los documentos, útiles, equipos, muebles y bienes en general confiados a su guarda, administración o utilización de conformidad con la ley y las normas secundarias;

f) 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;

g) Elevar a conocimiento de su inmediato superior los hechos que puedan causar daño a la administración;

h) Ejercer sus funciones con lealtad institucional, rectitud y buena fe. Sus actos deberán ajustarse a los objetivos propios de la institución en la que se desempeñe y administrar los recursos públicos con apego a los principios de legalidad, eficacia, economía y eficiencia, rindiendo cuentas de su gestión;

i) Cumplir con los requerimientos en materia de desarrollo institucional, recursos humanos y remuneraciones implementados por el ordenamiento jurídico vigente;

j) Someterse a evaluaciones periódicas durante el ejercicio de sus funciones; y,

Custodiar y cuidar la documentación e información que, por razón de su empleo, cargo o comisión tenga bajo su responsabilidad e impedir o evitar su uso indebido, sustracción, ocultamiento o inutilización.

Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP)

La Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP) establece el régimen jurídico aplicable a las empresas públicas ecuatorianas y dispone que deben administrar los servicios públicos conforme a criterios de eficiencia, calidad, transparencia y responsabilidad social.

Art. 2.- OBJETIVOS.- Esta Ley tiene los siguientes Objetivos:

1. Determinar los procedimientos para la constitución de empresas públicas que deban gestionar los sectores estratégicos con alcance nacional e internacional;

2. Establecer los medios para garantizar el cumplimiento, a través de las empresas públicas, de las metas fijadas en las políticas del Estado ecuatoriano, de conformidad con los lineamientos del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa;

3. Regular la autonomía económica, financiera, administrativa y de gestión de las empresas públicas, con sujeción a los principios y normativa previstos en la Constitución de la República, en ésta y en las demás leyes, en lo que fueren aplicables;

4. Fomentar el desarrollo integral, sustentable, descentralizado y desconcentrado del Estado, contribuyendo a la satisfacción de las necesidades básicas de sus habitantes, a la utilización racional de los recursos naturales, a la reactivación y desarrollo del aparato productivo y a la prestación eficiente de servicios públicos con equidad social. Las empresas públicas considerarán en sus costos y procesos productivos variables socio-ambientales y de actualización tecnológica;

5. Actuar en cumplimiento de los parámetros de calidad definidos por el Directorio y las regulaciones aplicables, con sujeción a criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales;

6. Proteger el patrimonio, la propiedad estatal, pública y los derechos de las generaciones futuras sobre los recursos naturales renovables y no renovables, para coadyuvar con ello el buen vivir;

7. Crear el marco jurídico adecuado para que el Estado establezca apoyos, subsidios u otras ventajas de carácter temporal, en beneficio de sectores económicos y sociales determinados;

8. Prevenir y corregir conductas que distorsionen las condiciones para la provisión de bienes y servicios y en general cualquier otro acuerdo o práctica concertada, escrita o verbal, oficial u oficiosa, entre dos o más agentes económicos, tendientes a impedir, restringir, falsear o distorsionar las condiciones de acceso de los usuarios a dichos bienes y servicios; y,

9. Establecer mecanismos para que las empresas públicas, actúen o no en sectores regulados abiertos o no a la competencia con otros agentes u operadores económicos, mantengan índices de gestión con parámetros sectoriales e internacionales, sobre los cuales se medirá su eficacia operativa, administrativa y financiera.

Art. 3.- PRINCIPIOS.- Las empresas públicas se rigen por los siguientes principios:

1. Contribuir en forma sostenida al desarrollo humano y buen vivir de la población ecuatoriana;

2. Promover el desarrollo sustentable, integral, descentralizado y desconcentrado del Estado, y de las actividades económicas asumidas por éste.

3. Actuar con eficiencia, racionalidad, rentabilidad y control social en la exploración, explotación e industrialización de los recursos naturales renovables y no renovables y en la comercialización de sus productos derivados, preservando el ambiente;

4. Propiciar la obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, universalidad, accesibilidad, regularidad, calidad, continuidad, seguridad, precios equitativos y responsabilidad en la prestación de los servicios públicos;

5. Precautelar que los costos socio-ambientales se integren a los costos de producción; y,

6. Preservar y controlar la propiedad estatal y la actividad empresarial pública.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor reconoce los derechos de los usuarios respecto de los servicios públicos, entre ellos el de agua potable. La ley establece que los consumidores tienen derecho a recibir servicios de calidad, así como a presentar reclamos cuando consideren que sus derechos han sido vulnerados.

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;

4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;

5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 38.- Interrupción de la Prestación del Servicio.- Cuando la prestación del servicio público domiciliario se interrumpa o sufra alteraciones, por causas imputables al proveedor, éste deberá reintegrar los valores cobrados por servicios no prestados, dentro del plazo de 30 días, contados desde la fecha en que se realice el reclamo. Sin perjuicio de lo señalado, el proveedor reconocerá los daños y perjuicios ocasionados al consumidor por la alteración o interrupción culposa del servicio

Capítulo II

Metodología

La presente investigación tiene como objetivo general diagnosticar la atención al cliente y el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapen EP. Se adopta un enfoque mixto mediante la recolección de datos cualitativos (entrevistas) y cuantitativos (encuestas) para lograr una comprensión más amplia y profunda del entorno que se pretende estudiar.

Para diagnosticar la satisfacción y la atención brindada a los usuarios de la empresa Aguapen EP, se empleó como referente el modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman et al. (1988), al constituir uno de los instrumentos más utilizados para evaluar la calidad del servicio desde la percepción de los usuarios.

Cabe señalar que el modelo se adaptó al contexto de la institución, ya que un segmento de los usuarios no acude presencialmente a las instalaciones, sino que realiza sus trámites a través de canales digitales oficiales.

Diseño de la investigación

No experimental

Las variables del presente estudio no serán manipuladas, por el contrario, se busca diagnosticar ambas variables en un entorno natural, sin la intervención del investigador.

La investigación se apoya en investigaciones previas que involucren el uso de ambas variables para verificar cómo se han comportado a lo largo del tiempo, utilizando artículos científicos, libros, tesis de maestría o doctorado, documentos institucionales y normativa legal, para su debido fundamento científico.

Para finalizar, el diseño será de corte transversal, ya que se investigará la situación más reciente de la empresa respecto de las variables utilizadas.

Métodos de la investigación.

Las investigaciones con enfoques mixtos ayudan a profundizar y proporcionar comprensiones más profundas y complejas.

En términos generales, la investigación cuantitativa implica la comprobación y confirmación de hipótesis, mientras que la cualitativa se centra en la generación y comprensión de hipótesis (Cleland, 2022).

La investigación empleará un diseño mixto explicativo secuencial, con el que se busca obtener un diagnóstico de la atención al cliente y de la satisfacción de los usuarios. Para lograr el objetivo, se requiere integrar elementos cualitativos y cuantitativos adoptando un enfoque mixto.

Por un lado, el enfoque cuantitativo ayudará a recopilar información mediante la implementación de encuestas dirigidas a los usuarios de la empresa, con la finalidad de medir las dimensiones de atención al cliente y la satisfacción que perciben respecto a esta, para posteriormente procesar los resultados e identificar las tendencias y los niveles de satisfacción respecto a la calidad del servicio brindado.

Por otro lado, el enfoque cualitativo permitirá profundizar en los resultados mediante entrevistas dirigidas a los servidores públicos que trabajan en el área de atención al cliente de la empresa Aguapen EP. La información obtenida permitirá identificar factores, experiencias y criterios que influyen en la atención a los usuarios.

Alcance de la investigación

La presente investigación tiene un alcance descriptivo, ya que su propósito es diagnosticar la situación actual de las dimensiones del estudio.

Mediante la recolección de datos e información, se profundiza en la capacidad de respuesta, la empatía y la seguridad de los empleados al brindar información, a fin de evaluar de manera detallada y precisa la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio recibido.

Población y muestra.

La provincia de Santa Elena cuenta con una población de 385.735 habitantes, según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2023).

Sin embargo, la población objetivo del presente estudio está conformada por los usuarios que acuden a realizar trámites, ya sea de manera presencial o digital por medio de los canales oficiales de la empresa Aguapen EP.

Debido a que no se dispone de un marco muestral público e individualizado que registre a la totalidad de los usuarios que interactúan activamente con el departamento de atención al cliente en un período determinado, se considera una población infinita o no delimitada.

Tipo de muestreo

En la presente investigación se empleará un muestreo no probabilístico por conveniencia. “La técnica permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Se fundamenta en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (Otzen & Manterola, 2017, p. 230).

Muestra

Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que no se disponía de un marco muestral individualizado que permitiera identificar y seleccionar aleatoriamente a todos los usuarios de Aguapen EP.

En consecuencia, los participantes fueron seleccionados según su accesibilidad y disponibilidad durante el periodo de recolección de la información, tanto en los puntos de atención presenciales como a través de los canales digitales oficiales de la empresa.

La encuesta se aplicó a los ciudadanos que manifestaron haber realizado al menos un trámite o consulta con la institución en los últimos seis meses. Por ello, la muestra estuvo conformada por los usuarios accesibles que aceptaron participar en el estudio, y los resultados obtenidos se interpretan con un alcance descriptivo, sin pretensión de generalización estadística.

Recolección y Procesamiento de los datos.

La recolección y procesamiento de datos comprende la captación sistemática de información en bruto mediante instrumentos validados para su posterior depuración, codificación y organización analítica.

Este proceso resulta fundamental para transformar respuestas e indicadores dispersos en evidencia científica estructurada, lo que permite comprobar hipótesis, analizar variables con precisión y respaldar los hallazgos con rigor académico.

Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación representan el conjunto de procedimientos e instrumentos operativos utilizados para recolectar de manera ordenada la información relevante de un objeto de estudio.

Además de permitir estructurar el levantamiento de campo, garantizando la validez de los datos al adecuar la selección de herramientas como encuestas, entrevistas u observaciones dependiendo de los objetivos planteados.

La presente investigación empleará las técnicas de encuesta y entrevista para recopilar información relevante sobre la atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP.

En primer lugar, se utilizará la encuesta para obtener datos cuantitativos de los usuarios de la empresa, lo que permitirá recopilar información sobre su percepción de la calidad de la atención recibida adaptando el modelo SERVQUAL al contexto de la empresa y del estudio (Vasquez & Murillo, 2020).

En segundo lugar, se aplicará la entrevista como técnica cualitativa, dirigida a los servidores públicos, específicamente a los responsables del área de atención al cliente de Aguapen EP.

Capítulo III

Resultados y discusión

Análisis de los resultados de las encuestas

La muestra final estuvo conformada por 385 usuarios de la empresa pública Aguapen EP. Se realizó la encuesta a los usuarios que han acudido o solicitado de manera virtual el servicio.

Se presentan tablas y gráficos para facilitar la interpretación de los resultados desde dos perspectivas complementarias.

Las tablas permiten observar los valores exactos obtenidos en cada categoría de respuesta, mientras que los gráficos brindan una comprensión visual más rápida de las tendencias y diferencias identificadas.

El instrumento utilizado fue adaptado del modelo SERVQUAL, cuyas escalas han sido ampliamente utilizadas y validadas en investigaciones científicas para evaluar la atención al cliente y la satisfacción de los usuarios.

Asimismo, el cuestionario pasó por un proceso de validación donde un especialista verificó la pertinencia, claridad y coherencia en relación con los objetivos de la investigación, garantizando su aplicabilidad a la empresa Aguapen EP

Tabla 1. Matriz de correspondencia.

Dimensión original de SERVQUAL	Adaptación en la investigación	Indicador	Ítems del cuestionario
Empatía	Empatía (se conserva)	Amabilidad, cortesía y trato respetuoso del personal.	Ítem 4. El personal de Aguapen EP me brindó una atención amable y cordial. Ítem 5. El personal mantuvo una actitud cortés durante toda la atención. Ítem 6. Recibí un trato respetuoso durante todo el proceso de atención.

Seguridad	Seguridad (se conserva)	Conocimiento del personal y confianza transmitida durante la atención.	Ítem 7. El personal demostró tener los conocimientos suficientes para resolver mis consultas. Ítem 9. Los procedimientos de atención me transmitieron confianza y seguridad.
Capacidad de respuesta	Percepción del servicio (fusionada)	Oportunidad y rapidez en la atención.	Ítem 8. Mis solicitudes e inquietudes fueron atendidas en un tiempo adecuado y oportuno.
Fiabilidad	Percepción del servicio (fusionada)	Cumplimiento de expectativas, eficiencia y calidad del servicio.	Ítem 10. Considero que la calidad del servicio brindado por Aguapen EP es adecuada. Ítem 11. El servicio recibido cumplió con mis expectativas. Ítem 12. Considero que los servicios de Aguapen EP se prestan de manera eficiente.
Elementos tangibles	Excluida	No se evaluó debido a que Aguapen EP presta atención a los usuarios mediante canales presenciales y virtuales, por lo que los elementos físicos de las instalaciones, equipos y apariencia del personal no son experimentados de manera uniforme por todos los usuarios. En consecuencia, la investigación se centró en dimensiones aplicables a ambas modalidades de atención.	No aplica.
(No pertenece al modelo SERVQUAL)	Satisfacción de los usuarios (dimensión incorporada)	Satisfacción general y percepción de mejora del servicio.	Ítem 13. Me encuentro satisfecho con la atención recibida en Aguapen EP. Ítem 14. Estoy conforme con las soluciones y las respuestas brindadas a mi problema requerido. Ítem 15. Cada vez que regreso a la empresa, percibo mejoras en la atención y los servicios que ofrece Aguapen EP.

El cuestionario fue sometido a un proceso de validación mediante juicio de experto, quien evaluó la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems con relación a los objetivos de la investigación.

Consentimiento informado de los participantes

Para solicitar el consentimiento de los participantes, se les aplicó el siguiente mensaje:

Le invitamos cordialmente a colaborar en esta investigación académica cuyo objetivo es “Diagnosticar la atención al cliente y el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapen EP durante el año 2025.”

Su participación es de carácter voluntario.

Las respuestas que brinde serán anónimas y confidenciales y se utilizarán exclusivamente con fines académicos.

No existen riesgos físicos ni psicológicos asociados a su participación.

Usted puede abstenerse de responder cualquier pregunta o retirarse en cualquier momento sin consecuencia alguna.

Al continuar con la encuesta, usted manifiesta su consentimiento informado para participar de manera libre y voluntaria.

Declaro: "He leído y comprendido la información anterior. Acepto participar voluntariamente en la encuesta y autorizo el uso académico de mis respuestas, garantizando mi anonimato."

Sí ☐ No ☐

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta antes de responder.

Marque con una X la opción que mejor refleje su opinión o experiencia. No existen respuestas correctas ni incorrectas; responda con total sinceridad.

La información recopilada se analizará de forma agrupada y no permitirá identificar individualmente a los participantes.

Alfa de Cronbach.

Para determinar la confiabilidad del cuestionario se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach mediante el programa estadístico SPSS versión 32.0. El análisis se realizó con los 385 cuestionarios válidos, sin registrarse casos excluidos.

El análisis de confiabilidad se realizó únicamente con los 12 ítems correspondientes a las variables de estudio, excluyendo las preguntas sociodemográficas. Obtuvo un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,968, valor que evidencia una excelente consistencia interna entre los ítems del cuestionario. En consecuencia, se concluye que el instrumento es altamente confiable para medir las variables de atención al cliente y satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP.

Tabla 2. Resumen de procesamiento de casos.

	Numero	Porcentaje
Válido	385	100,0%
Excluido	0	0,0%
Total	385	100,0%

Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N. de elementos
0,968	12

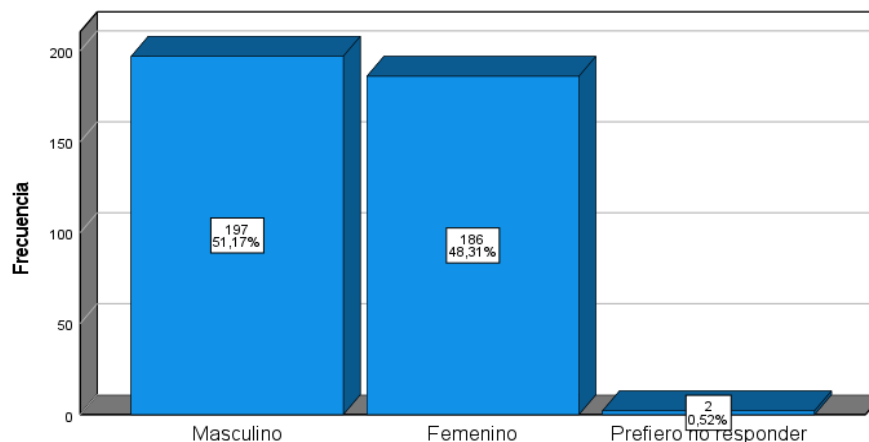
Una vez finalizada la recolección de datos, la información obtenida fue codificada y tabulada mediante el programa estadístico IBM SPSS Statistics, lo que permitió organizar y procesar las respuestas de los 385 usuarios de manera sistemática y confiable.

A partir de este procesamiento se generaron los gráficos estadísticos que sustentan el análisis de los resultados de la investigación.

Los gráficos ofrecen una representación visual que permite identificar de forma rápida las tendencias, diferencias y patrones presentes en las respuestas de los encuestados, favoreciendo una interpretación más clara y comprensible de los hallazgos.

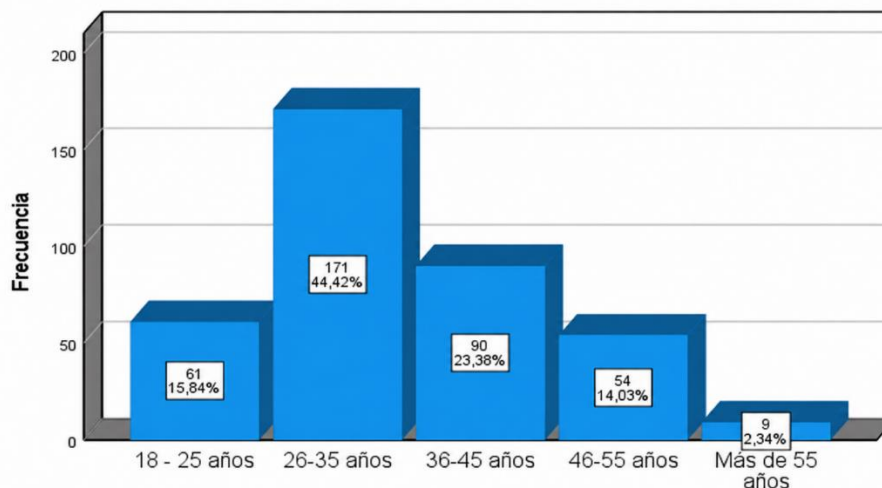
A continuación, los resultados obtenidos de la encuesta:

Gráfico 1. Género biológico.



Se detallan los géneros biológicos de las personas participantes en este estudio y, como se observa en los resultados, la cantidad de personas que utilizan estos servicios fue muy similar.

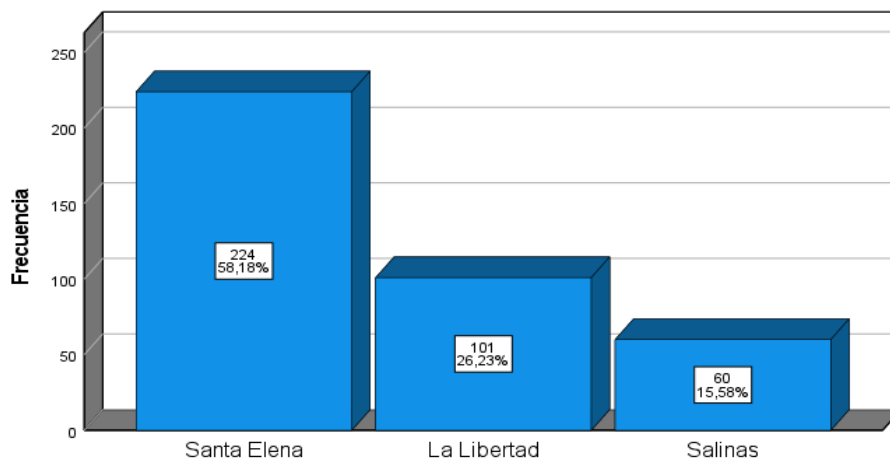
Gráfico 2. Edad de los participantes.



Se detallan las edades de los participantes y se tomó en cuenta la población que cumpla con la mayoría de edad, de 18 años en adelante. La población más abundante en

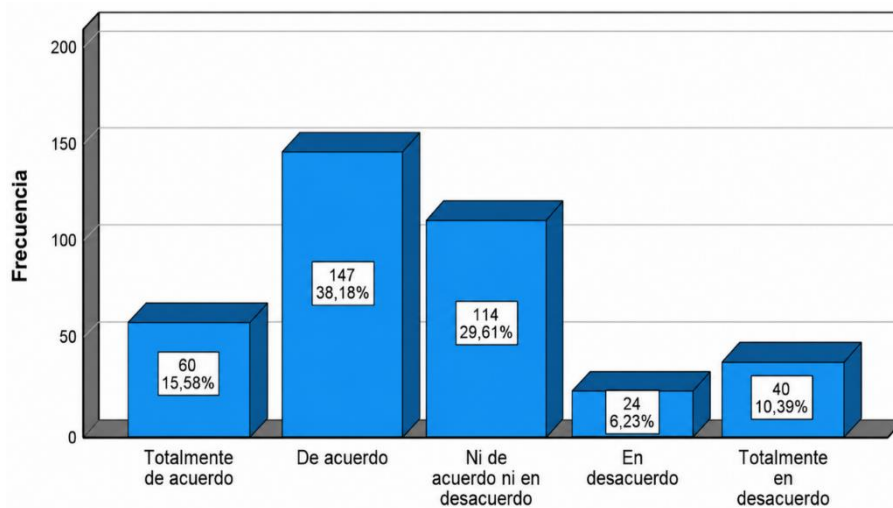
edad es la de entre 26 y 35 años (44,42%), seguida por los ciudadanos de entre 36 y 45 años (23,38%), quienes son los que más utilizan el servicio de atención al cliente de la empresa Aguapen EP.

Gráfico 3. *Lugar actual de residencia:*



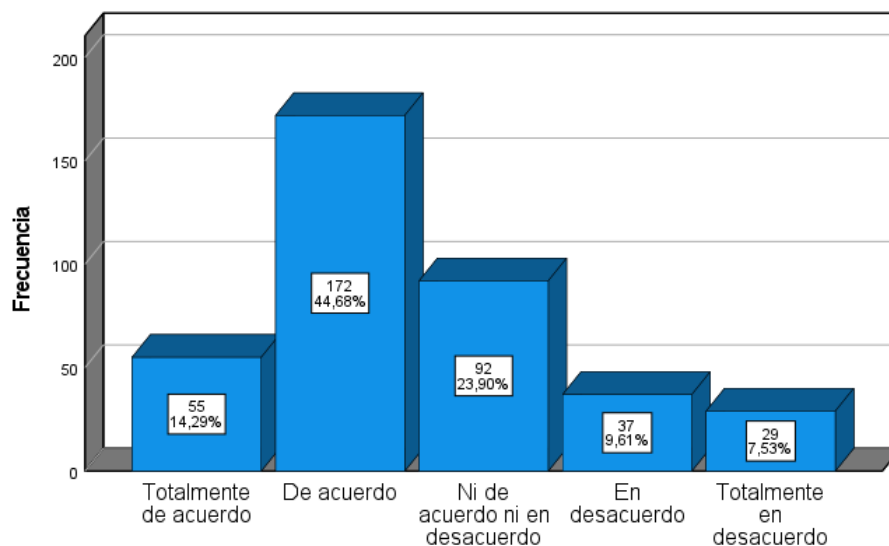
La residencia actual de los encuestados.

Gráfico 4. *El personal de Aguapen EP me brindó una atención amable y cordial.*



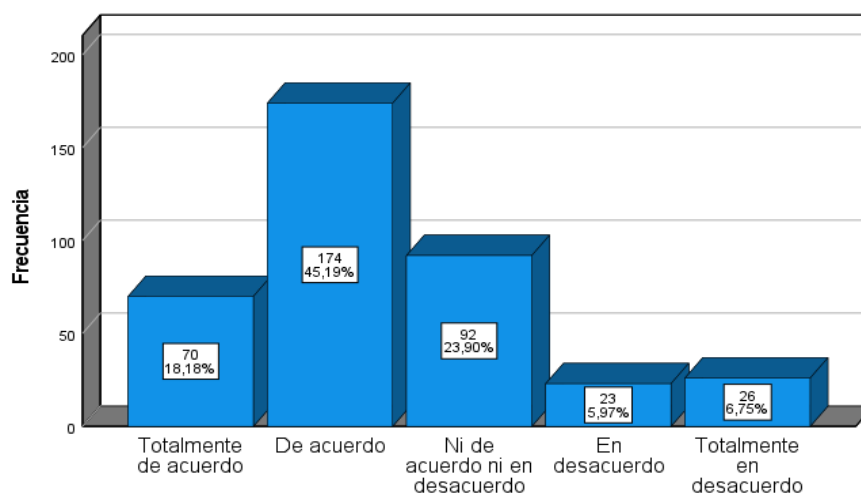
En la primera pregunta de la encuesta, relacionada con las variables, una gran parte de los encuestados estuvo de acuerdo en que se les brindó una atención amable y que los trabajadores de Aguapen EP fueron cordiales (38,2%).

Gráfico 5. El personal mantuvo una actitud cortés durante toda la atención.



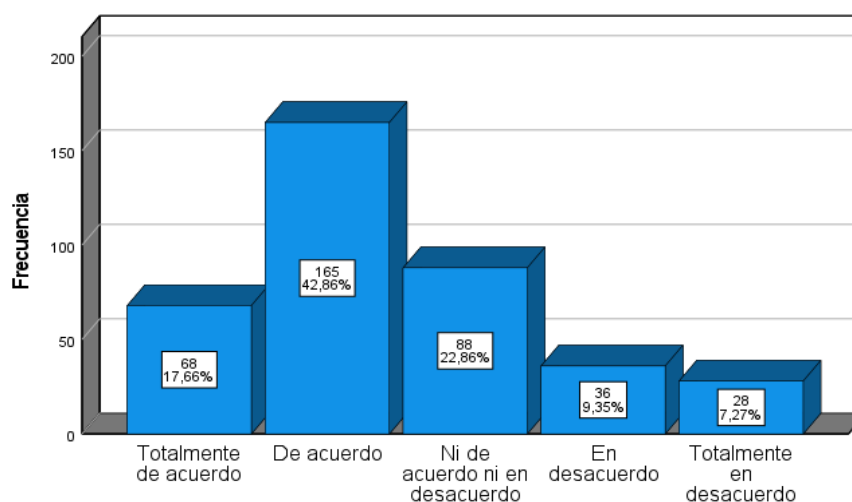
En cuanto a la cortesía del personal, los porcentajes de satisfacción se mantienen, lo que evidencia que el personal cuenta con una buena capacitación para atender a los usuarios.

Gráfico 6. Recibí un trato respetuoso durante todo el proceso de atención.



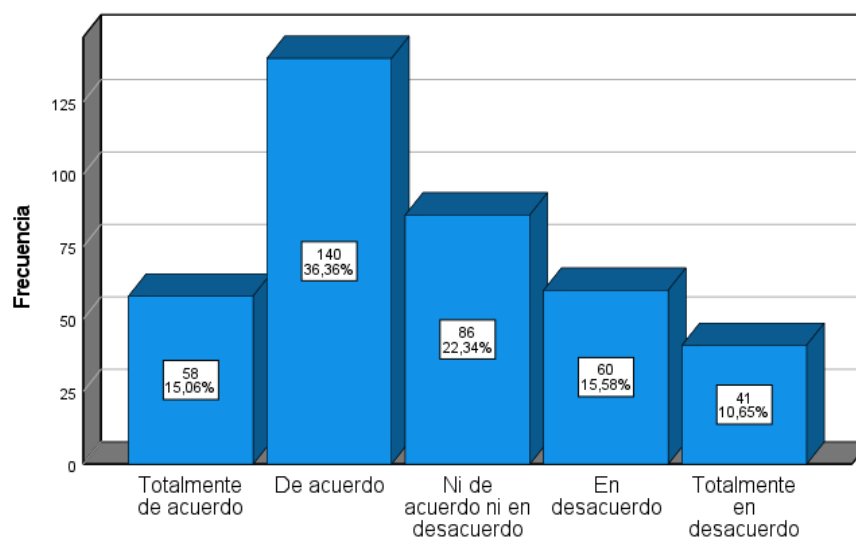
Un gran porcentaje de los encuestados (63,4%) respondió positivamente cuando se les preguntó si recibieron un trato respetuoso al solicitar información sobre los procesos de atención de la empresa.

Gráfico 7. El personal demostró tener los conocimientos suficientes para resolver mis consultas.



La mayoría de los encuestados estuvo de acuerdo en que el personal demostró contar con los conocimientos suficientes para resolver sus dudas e inquietudes, con 60,5 % positivos y 16,7 % negativos.

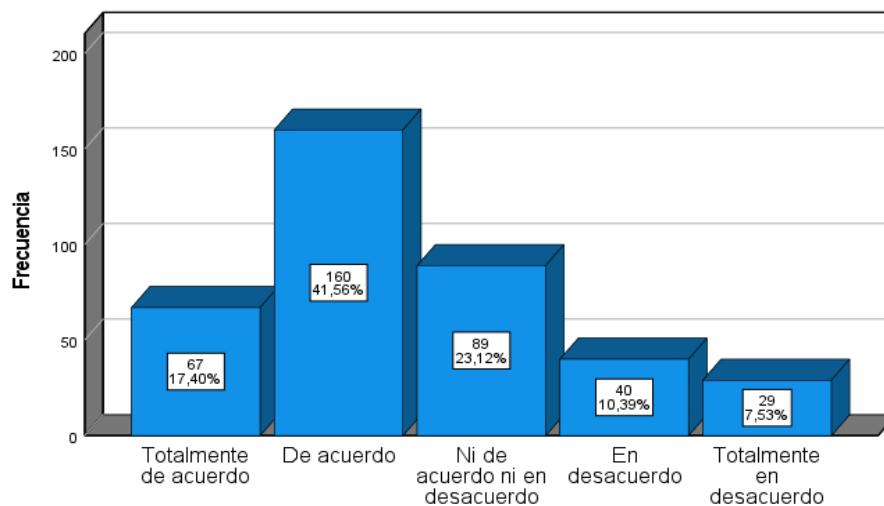
Gráfico 8. Mis solicitudes e inquietudes fueron atendidas en un tiempo adecuado y oportuno.



A pesar de que el gráfico demuestra que la mayoría de las personas están de acuerdo y conformes con el tiempo en el cual fueron sus solicitudes e inquietudes, llama la atención cómo la sumatoria de las personas que están en desacuerdo (15,6%) y totalmente en

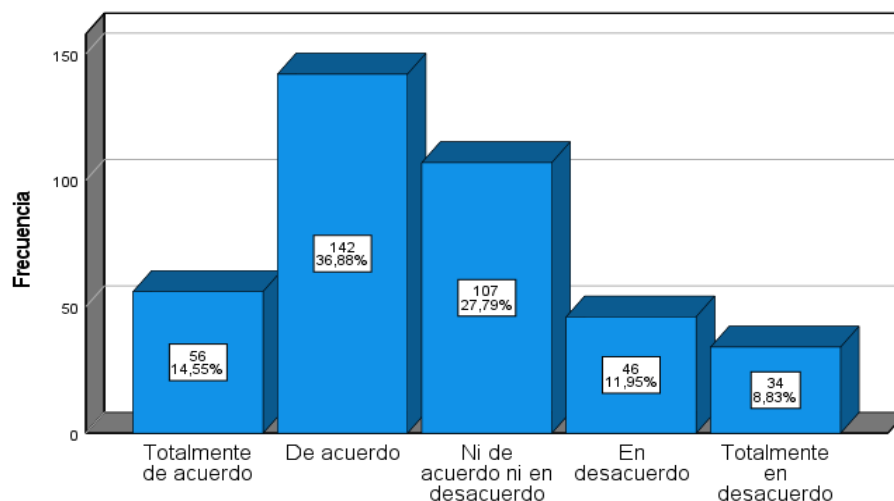
desacuerdo (10,7%) supera el 25%, lo cual es un porcentaje alto al considerar que se trata de una empresa que lleva el agua potable a los ciudadanos, y donde el tiempo de respuesta es un recurso valioso.

Gráfico 9: Los procedimientos de atención me transmitieron confianza y seguridad.



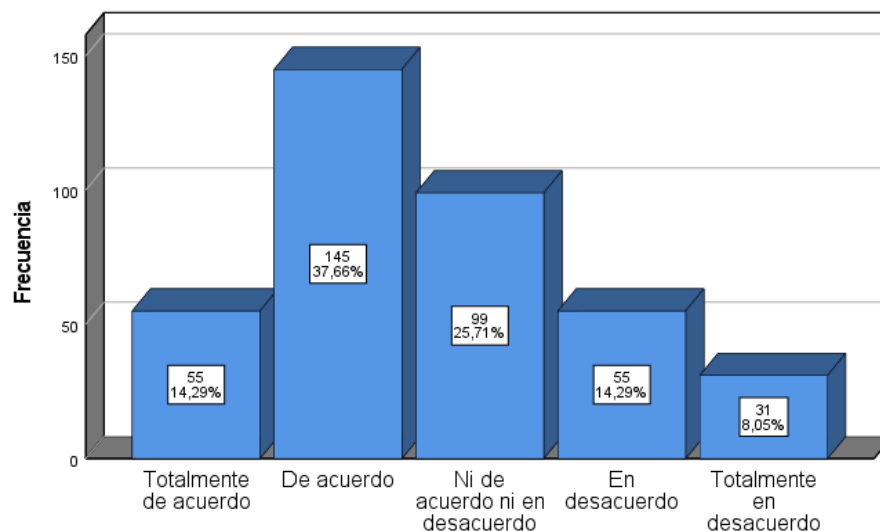
Como se observa en el gráfico, la mayoría de los usuarios estuvo de acuerdo en que la información que brinda el personal le generaba confianza en los procesos que realizan los servidores públicos.

Gráfico 10: Considero que la calidad del servicio brindado por Aguapen EP es adecuada.



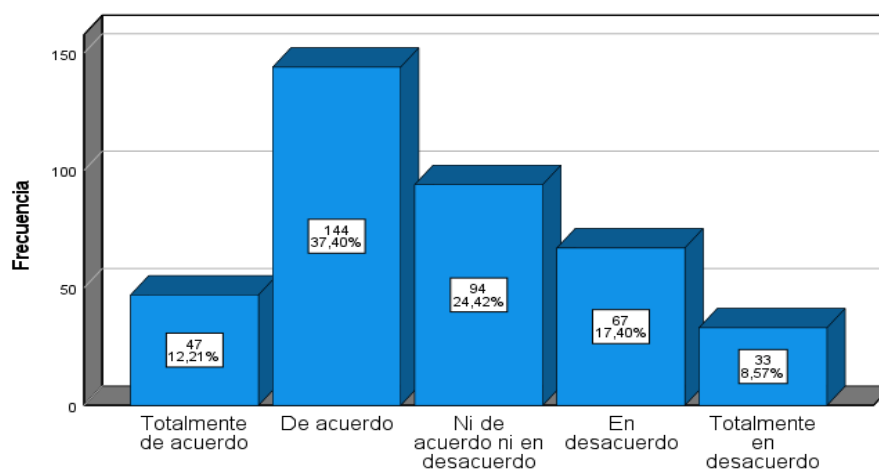
Como se muestra en el gráfico, la mayoría de los usuarios están de acuerdo en que la calidad del servicio brindado por la empresa fue adecuada; sin embargo, nuevamente existe un grado de inconformidad algo elevado, ya que un 20,7% de los encuestados estaban en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con respecto a la calidad que brinda Aguapen EP.

Gráfico 11. El servicio recibido cumplió con mis expectativas.



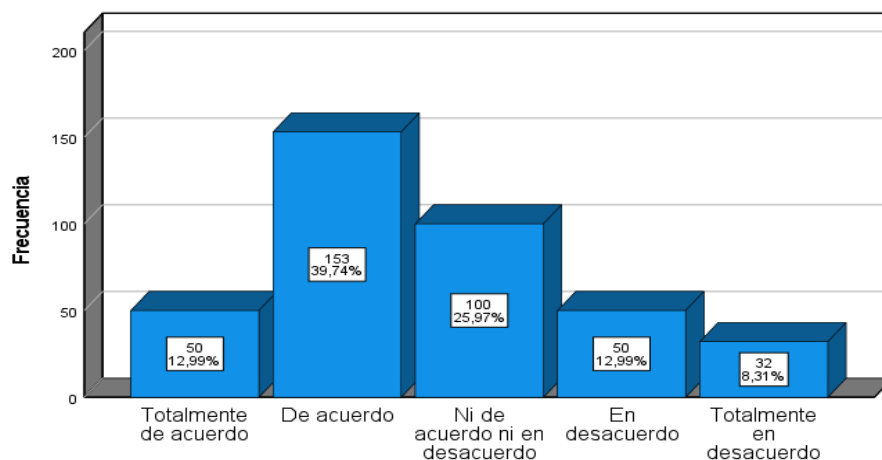
La mayoría de los encuestados (51,9 %) está de acuerdo en que Aguapén EP cumplió con sus expectativas al recibir sus servicios; sin embargo, persiste la tendencia de que un porcentaje considerable de los ciudadanos encuestados respondió negativamente a la pregunta (20,7%).

Gráfico 12: Considero que los servicios de Aguapén EP se prestan de manera eficiente.



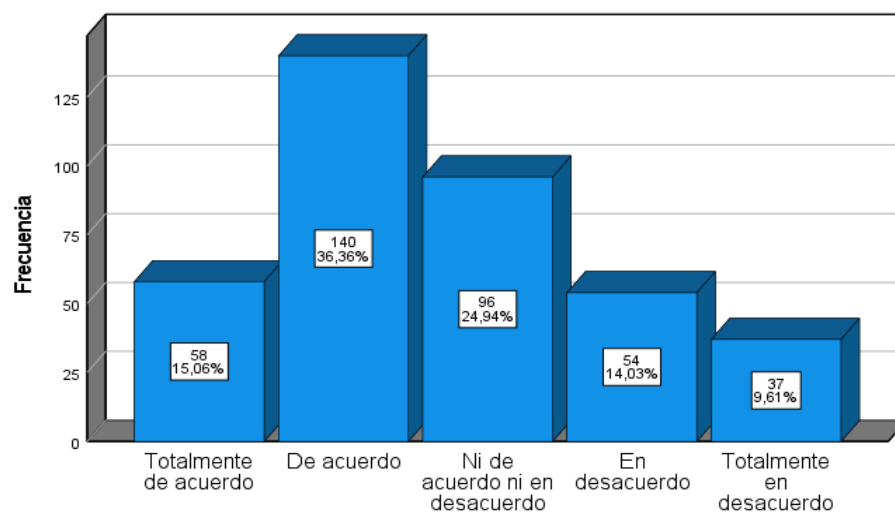
En esta pregunta la mayoría de los usuarios respondieron positivamente (49,6%) que los servicios de Aguapén EP son utilizados de manera eficiente, pero nuevamente una gran parte no estaba del todo convencida; de hecho, el grado de desacuerdo en esta pregunta es el más alto de toda la encuesta (26%).

Gráfico 13. ¿Me encuentro satisfecho con la atención recibida en Aguapen EP?



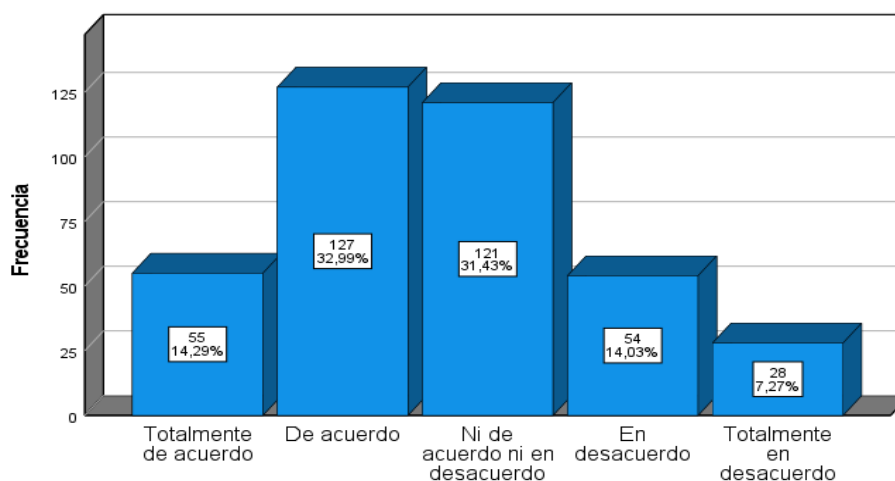
En cuanto al grado de satisfacción con la atención recibida por parte del personal, se mantuvo que la gran mayoría estuvo de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la atención fue satisfactoria (52,7%), mientras que los usuarios que no estaban de acuerdo o estaban totalmente en desacuerdo representaron más de una quinta parte (21,3%).

Gráfico 14: Estoy conforme con las soluciones y las respuestas brindadas a mi problema requerido.



En la antepenúltima pregunta, la mayor parte de los usuarios encuestados estuvo de acuerdo en que las soluciones brindadas a su problema fueron acertadas y se mostraron conformes con ellas (51,4%), pero más de una quinta parte no estuvo de acuerdo con dichas soluciones (23,6%), lo que dejó un porcentaje de inconformidad algo elevado.

Gráfico 15: Cada vez que regreso a la empresa, percibo mejoras en la atención y los servicios que ofrece Aguapen EP.



Para finalizar, se les preguntó si cada vez que regresan a solicitar el servicio, perciben una mejora por parte del personal. La mayoría de los usuarios contestaron positivamente a la pregunta (47,3%); sin embargo, un porcentaje similar de encuestados no estaban ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a percibir mejoras (31,4%), lo que puede ser una señal de estancamiento en el servicio.

Análisis de los resultados de las entrevistas.

Para la debida aplicación de las entrevistas, se realizó previamente la validación del instrumento por un especialista, quien evaluó criterios como la claridad, pertinencia, coherencia y correspondencia de cada pregunta con los objetivos de la investigación.

El especialista utilizó una escala de valoración, a partir de la cual emitió observaciones que permitieron realizar ajustes en la redacción de algunos ítems con el propósito de mejorar su comprensión y precisión metodológica.

Posteriormente se entrevistó a un total de cinco trabajadores de la empresa vinculados al área de atención al cliente, a los cuales, antes de ser entrevistados, se les informó y se les garantizó que las respuestas e información recopilada estarían bajo confidencialidad y que serían para fines estrictamente académicos.

Una vez realizadas las entrevistas, las respuestas fueron analizadas mediante un proceso de codificación temática. Inicialmente se identificaron las ideas centrales

expresadas por cada entrevistado, asignándoles códigos relacionados con las dimensiones de la investigación, tales como trato al usuario, comunicación, empatía, capacidad de respuesta, confianza, satisfacción y mejora continua.

Posteriormente, los códigos con contenidos similares se agruparon en categorías de análisis, lo que permitió sintetizar las respuestas y presentar los resultados de acuerdo con los temas recurrentes identificados en cada pregunta.

Debido a que las respuestas presentaron coincidencias entre los participantes y no surgieron nuevas ideas relevantes en las últimas entrevistas, se consideró alcanzada la saturación para los fines del estudio.

Pregunta 1. ¿Cómo considera que debe ser el trato hacia los usuarios que acuden a la empresa?

Categoría: Amabilidad del personal

Los entrevistados coincidieron en que el trato hacia los usuarios debe caracterizarse por la empatía, el respeto, la equidad y el profesionalismo.

En ese sentido, uno de los participantes manifestó que “cada usuario llega con una necesidad distinta, por lo que primero debemos escucharlo con atención y luego brindarle una respuesta clara y respetuosa” (E1).

Asimismo, otro entrevistado señaló que “la paciencia y la disposición para orientar al usuario son fundamentales para ofrecer una atención de calidad” (E5).

Pregunta 2. ¿Cómo procura mantener una comunicación respetuosa y cordial con los usuarios?

Categoría: Cortesía del personal

Los participantes indicaron que una comunicación cordial se basa en el respeto y la escucha activa.

Un entrevistado expresó que “es importante mantener un tono de voz calmado y generar un ambiente de confianza durante toda la atención” (E2).

De igual manera, otro señaló que “antes de responder, es necesario dejar que el usuario explique completamente su situación para comprender mejor su necesidad” (E3).

Pregunta 3. ¿Cómo garantiza que todos los usuarios reciban un trato respetuoso?

Los entrevistados coincidieron en que todos los usuarios deben recibir un trato igualitario, respetando los protocolos institucionales.

En palabras de uno de ellos, “la atención debe brindarse con el mismo respeto para todos, sin distinción, aplicando siempre los procedimientos establecidos por la empresa” (E1).

Además, destacaron la importancia de brindar atención prioritaria a las personas adultas mayores, las mujeres embarazadas y las personas con discapacidad.

Pregunta 4. ¿Qué medidas toma cuando un usuario se encuentra inconforme?

Categoría: Respeto durante el servicio.

Los entrevistados señalaron que el manejo adecuado de los usuarios inconformes requiere mantener la calma y actuar con profesionalismo.

Uno de ellos comentó que “lo primero es no tomar el problema de forma personal, escuchar al usuario y buscar una solución con tranquilidad” (E2).

Asimismo, otro indicó que “es importante hacerle saber al usuario que comprendemos su situación y explicarle con claridad cómo se resolverá su inconveniente” (E3).

Pregunta 5. ¿Considera que cuenta con los conocimientos necesarios para atender las consultas de los usuarios? ¿Por qué?

Categoría: Conocimiento del personal.

Los entrevistados manifestaron que cuentan con los conocimientos necesarios gracias a las capacitaciones recibidas de la institución.

Uno de ellos afirmó que “la capacitación nos permite resolver consultas relacionadas con facturación, reclamos, reconexiones y otros trámites frecuentes” (E1).

Además, destacaron que el conocimiento de los procedimientos facilita una atención más eficiente.

Pregunta 6. ¿Qué acciones realiza para atender las solicitudes de manera eficiente?

Categoría: Rapidez de atención.

Los participantes coincidieron en que la eficiencia depende de identificar correctamente la necesidad del usuario desde el inicio.

En este sentido, un entrevistado expresó que “cuando conocemos exactamente cuál es el problema, podemos utilizar las herramientas disponibles para ofrecer una respuesta más rápida y precisa” (E2).

Pregunta 7. ¿Qué mecanismos utiliza la empresa para garantizar una atención confiable y transparente?

Categoría: Seguridad en los procesos de atención

Los entrevistados señalaron que la entrega de comprobantes y el seguimiento de los trámites fortalecen la confianza de los usuarios.

Uno de ellos manifestó que “cuando el usuario recibe un comprobante de su trámite siente mayor seguridad porque puede dar seguimiento a su solicitud” (E3). Asimismo, recomendaron utilizar los canales oficiales para resolver dudas y presentar sugerencias.

Pregunta 8. ¿Cómo percibe el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la atención recibida?

Categoría: Calidad percibida.

Los participantes indicaron que, en términos generales, los usuarios muestran satisfacción cuando reciben respuestas claras y soluciones oportunas.

Como señaló uno de los entrevistados, “*las personas valoran que se les atienda con amabilidad y que su problema se resuelva de forma rápida y comprensible*” (E1).

No obstante, reconocieron que la satisfacción depende de las expectativas de cada usuario.

Pregunta 9. ¿Cómo verifica que los usuarios estén conformes con la solución brindada?

Categoría: Cumplimiento de expectativas.

La mayoría de los entrevistados indicó que verifica la conformidad del usuario mediante preguntas al finalizar la atención.

Uno de ellos comentó que “siempre preguntamos si la explicación quedó clara o si necesita apoyo adicional antes de finalizar el trámite” (E2).

También señalaron que el buzón de sugerencias constituye un mecanismo complementario para conocer la percepción de los usuarios.

Pregunta 10. ¿Qué acciones considera necesarias para seguir mejorando la atención y satisfacción de los usuarios?

Categoría: Satisfacción General.

Los entrevistados coincidieron en que la capacitación continua constituye una de las principales estrategias de mejora.

En palabras de uno de ellos, “las capacitaciones sobre manejo del estrés, resolución de conflictos y atención al cliente fortalecen nuestro desempeño diario” (E3). Asimismo, destacaron que la incorporación de nuevas tecnologías permitiría ofrecer un servicio más ágil y eficiente.

Pregunta 11. Desde su perspectiva, ¿qué recomendaciones propondría para fortalecer la atención al cliente y mejorar la satisfacción de los usuarios en Aguapén EP?

Categoría: Percepción de mejora.

Los participantes recomendaron simplificar los trámites y fortalecer los servicios digitales. Uno de los entrevistados señaló que “si se reducen algunos requisitos y se fortalecen los canales virtuales, los usuarios podrán realizar más trámites sin necesidad de acudir presencialmente” (E1). Además, consideraron que la modernización de los procesos contribuiría a mejorar la percepción de la atención y la satisfacción de los usuarios.

Tabla 4: Tabla de integración

Objetivo específico	Resultados cuantitativos (Encuesta)	Resultados cualitativos (Entrevista)	Integración (Triangulación)	Interpretación
Caracterizar la atención al cliente percibida por los usuarios de Aguapén EP.	La mayoría de los usuarios valoró positivamente la amabilidad (53,8%), la cortesía (59,0%), el trato respetuoso (63,4%), los conocimientos del personal (60,5%) y la confianza transmitida	Los entrevistados señalaron que la atención debe ser empática, respetuosa y profesional. Además, indicaron que siguen protocolos institucionales para garantizar un trato equitativo y afirmaron	Ambos resultados coinciden en que el personal mantiene fortalezas como la amabilidad, el respeto y el conocimiento técnico durante la atención. No obstante, el	Se concluye que la atención al cliente en Aguapén EP es percibida favorablemente por la mayoría de los usuarios; sin embargo, aún existen debilidades que limitan que

	durante la atención (59,0%). Sin embargo, entre el 16 % y el 20 % manifestó desacuerdo en estos aspectos.	contar con los conocimientos necesarios para atender las consultas.	porcentaje de usuarios inconformes evidencia oportunidades de mejora en la experiencia.	todos los ciudadanos perciban una atención de calidad de forma consistente.
Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de la atención recibida.	Más de la mitad de los usuarios manifestó satisfacción con la atención recibida (52,7%), el cumplimiento de expectativas (51,9%) y las soluciones brindadas (51,4%). Sin embargo, entre el 21 % y el 24 % expresó inconformidad, especialmente respecto a los tiempos y la eficiencia.	Los entrevistados perciben que la mayoría de los usuarios se siente satisfecha cuando recibe respuestas claras y soluciones oportunas; no obstante, reconocen que la satisfacción depende de cada persona y que no siempre es posible satisfacer a todos los usuarios.	Tanto la encuesta como las entrevistas muestran un nivel de satisfacción mayoritariamente positivo, aunque identifican grupos de usuarios que mantienen inconformidades, principalmente relacionadas con la rapidez de atención y la resolución de sus requerimientos.	Se determina que el nivel de satisfacción de los usuarios es favorable, aunque no completamente consolidado, debido a que persisten aspectos operativos que afectan la percepción del servicio recibido.
Identificar los aspectos críticos de los procesos de atención mediante la integración de resultados	Los resultados evidenciaron porcentajes elevados de desacuerdo respecto al tiempo de atención (26,2%), la eficiencia del servicio (26,0%), la conformidad con las	Los trabajadores señalaron fortalecer la capacitación continua, incorporar nuevas tecnologías, simplificar trámites, potenciar los canales virtuales y mejorar las habilidades blandas	La triangulación evidencia que las principales debilidades identificadas por los usuarios coinciden con las oportunidades de mejora reconocidas	Los aspectos críticos se concentran en la eficiencia del servicio, la rapidez de respuesta y la mejora continua de los procesos, elementos que

cuantitativos y cualitativos.	soluciones (23,6%) y la percepción de mejoras continuas (solo 47,3% estuvo de acuerdo, mientras que el 31,4% permaneció neutral).	para ofrecer respuestas eficientes.	por los propios trabajadores. Ambos grupos consideran necesario optimizar los tiempos de atención y fortalecer la comunicación con los usuarios.	constituyen prioridades para fortalecer la atención al cliente y elevar la satisfacción de los usuarios.
--------------------------------------	---	-------------------------------------	--	--

Discusión.

Según los resultados obtenidos, se evidencia el cumplimiento del primer objetivo “Caracterizar la atención al cliente percibida por los usuarios de la empresa Aguapen EP de la provincia de Santa Elena”.

Los resultados evidenciaron una valoración favorable de la atención brindada por el personal; los usuarios encuestados determinaron que los trabajadores mantuvieron actitudes respetosas, cordiales y corteses al prestar sus servicios. Además, percibieron que los conocimientos de los trabajadores fueron suficientes para resolver sus consultas e inquietudes.

Los resultados son consistentes con los datos obtenidos por Vilarinho et al. (2024), quienes al evaluar los servicios, detallaron que las personas valoran todo, desde el producto o servicio obtenido hasta cómo fueron tratadas antes de recibirlo, y la calidad con la que el personal atiende y ayuda a resolver dudas o inquietudes, lo que genera la sensación de seguridad y confianza que buscan las instituciones para lograr una relación positiva entre empresa y cliente.

A partir de los resultados obtenidos, se cumplió el objetivo específico 2: “Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de la atención recibida”.

Los resultados evidenciaron que una gran parte de los encuestados se sintió satisfecha con los servicios brindados, destacándose que la empresa cumplió con las expectativas y que la calidad del servicio fue adecuada

Sin embargo, los resultados obtenidos revelaron que un porcentaje significativo de los usuarios expresó desacuerdo con las afirmaciones planteadas, siendo la resolución de solicitudes e inquietudes el aspecto que registró la mayor proporción de respuestas desfavorables.

Cerca de una cuarta parte de los encuestados también estaba en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con respecto al servicio.

El resultado respalda lo planteado por Mora et al. (2024), donde detalló que los factores como la rapidez en la solución de inquietudes y problemas, además de la eficiencia que brinda el personal, son importantes para que la percepción y las expectativas que tienen los usuarios se cumplan y sean calificadas como positivas.

Con los resultados se identificaron áreas de mejora, sobre todo porque un gran porcentaje de los encuestados expresó que, cada vez que regresaban a solicitar el servicio en el área de atención al cliente, no estaban ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto de percibir mejoras en la atención y los servicios que ofrece Aguapén EP, lo cual resulta conveniente para fortalecer la atención brindada por la empresa.

Los datos recopilados permitieron cumplir con el objetivo 3: “Identificar los aspectos críticos de los procesos de atención mediante la integración de resultados cuantitativos y cualitativos”.

El análisis de los resultados permitió identificar los aspectos críticos de la atención al cliente y de la satisfacción de los usuarios. Los principales hallazgos evidenciaron fortalezas en la eficacia, la cortesía, el respeto y la amabilidad del personal.

También se identificaron oportunidades de mejora, principalmente en los tiempos de respuesta, así como una percepción limitada de la mejora continua en los servicios ofrecidos por la institución.

Los resultados obtenidos son consistentes con lo expuesto por Denantes y Donoso (2021), quienes, en una investigación realizada en Chile sobre servicios básicos, identificaron niveles de satisfacción moderados debido a deficiencias en los canales de comunicación y la resolución de reclamos.

Los autores destacan que la empatía y la capacidad de respuesta son dimensiones esenciales para fortalecer la confianza de los usuarios en las empresas públicas, lo que evidencia la necesidad de implementar modelos de atención centrados en el usuario.

También se observa una coincidencia con el estudio de Cabrera Barbecho y Sarmiento (2023), donde se resalta la importancia de reforzar dimensiones como la comunicación, la gestión de reclamos y la eficiencia del servicio brindado por las empresas, debido a que presentaban desafíos, lo que afectó la satisfacción de los usuarios.

En el caso de Aguapen EP, también se identificaron oportunidades de mejora en los tiempos de respuesta y en la percepción de la mejora continua, lo que evidencia la importancia de fortalecer dichos aspectos para optimizar la atención a la ciudadanía.

Propuesta

Plan de fortalecimiento de la atención al cliente, basado en el modelo SERVQUAL, para incrementar la satisfacción de los usuarios de Aguapen EP.

Introducción:

La presente propuesta surge como respuesta a los resultados obtenidos del estudio, en el que se identificaron oportunidades de mejora en el área de atención al cliente de la empresa Aguapen EP.

Si bien los usuarios manifestaron una percepción favorable del servicio recibido, se identificaron debilidades en el tiempo de respuesta y en la escasa sensación de mejora en la atención al solicitar nuevamente el servicio, lo que brinda oportunidades de mejora en las áreas.

La propuesta busca ofrecer un instrumento de apoyo para la gestión de la atención al cliente, mediante estrategias adaptadas al contexto de una empresa pública. Debido a que Aguapen EP desarrolla sus actividades bajo un marco normativo, presupuestario y administrativo que condiciona la ejecución de determinadas acciones, dichas estrategias priorizan alternativas viables que pueden incorporarse progresivamente a los procesos institucionales sin requerir inversiones significativas ni modificaciones estructurales.

Por último, la propuesta busca fortalecer la relación de los usuarios con la institución y, como se ha podido interpretar a lo largo de la investigación, los resultados sugieren que una atención eficiente no solo incrementa la satisfacción, sino que fortalece la confianza en la gestión institucional y en los servicios públicos prestados por Aguapen EP.

Para la propuesta se implementó la matriz FODA, que sirve como punto de partida para identificar el estado interno y el entorno, mientras que las matrices MEFI y MEFE aportarán respaldo cuantitativo a dicho diagnóstico.

La matriz DAFO permitió cruzar los factores para que las soluciones que se brinden estén respaldadas por respuestas estructuradas (estrategias FO, FA, DO y DA). Finalmente, el Plan de Ejecución traslada las dimensiones a actividades concretas, de bajo costo y viables para la administración pública.

Tabla 5. Matriz FODA

Fortalezas (F)	Oportunidades (O)
• Personal con experiencia en atención al usuario. • Procedimientos administrativos establecidos. • Compromiso del personal con el servicio público.	• Programas de capacitación ofrecidos por instituciones públicas y universidades. • Herramientas tecnológicas institucionales disponibles. • Mayor uso de los canales digitales por parte de la ciudadanía. • Políticas públicas orientadas a la calidad del servicio.
Debilidades (D)	Amenazas (A)
• Percepción de demoras en la atención. • Escasa percepción de mejora continua. • Ausencia de mecanismos permanentes para evaluar la satisfacción. • Necesidad de fortalecer la comunicación institucional.	• Incremento de las expectativas ciudadanas. • Limitaciones presupuestarias. • Cambios en las políticas públicas y en la asignación de recursos. • Mayor difusión de los reclamos en medios digitales.

Matriz MEFI y MEFE

La construcción de las matrices MEFI y MEFE se realizó a partir de la información obtenida mediante la encuesta aplicada a los usuarios y las entrevistas efectuadas al personal de Aguapén EP.

Los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) fueron identificados a partir del análisis e integración de los resultados cuantitativos y cualitativos.

Posteriormente, los factores fueron valorados por el investigador con base en la evidencia obtenida durante el estudio y en la literatura especializada. A cada factor se le asignó un peso entre 0,00 y 1,00, de acuerdo con su importancia relativa, procurando que la suma total fuera igual a 1,00.

La calificación se estableció mediante una escala de 1 a 4, donde 1 representa una debilidad mayor o una respuesta deficiente frente al factor, 2 una debilidad menor, 3 una fortaleza menor o una respuesta favorable moderada y 4 una fortaleza mayor o una respuesta altamente favorable. Finalmente, el puntaje ponderado se obtuvo mediante la multiplicación del peso por la calificación asignada a cada factor.

Tabla 6. Matriz de trazabilidad para MEFI

Factor	Evidencia que lo respalda	Fuente	Justificación del peso	Justificación de la calificación
Personal con experiencia en atención al usuario	Los entrevistados manifestaron que cuentan con los conocimientos necesarios para atender consultas gracias a las capacitaciones recibidas y al dominio de los procedimientos institucionales.	Entrevista y encuesta	Se asignó un peso de 0,14 por ser un factor interno clave para la calidad de la atención.	Se calificó con 4 porque constituye una fortaleza consolidada en la institución.
Existencia de procedimientos establecidos para la atención al cliente	En las entrevistas se indicó que la atención se desarrolla respetando los protocolos institucionales y procedimientos establecidos.	Entrevista	Se asignó un peso de 0,14 por su importancia en la estandarización del servicio.	Calificación 3 , ya que existen procedimientos, aunque pueden fortalecerse.
Compromiso del personal con el servicio público	Los usuarios valoraron positivamente el respeto, la amabilidad y el trato recibido. Además, los entrevistados destacaron la importancia de mantener una atención igualitaria.	Encuesta y entrevista	Peso 0,12 por su influencia en la percepción del servicio.	Calificación 4 debido al desempeño favorable observado.
Percepción de demoras en los tiempos de atención	Una parte de los usuarios manifestó inconformidad con los tiempos de respuesta y en las entrevistas se reconoció la necesidad de agilizar los procesos.	Encuesta y entrevista	Peso 0,16 , el mayor, debido al impacto directo sobre la satisfacción del usuario.	Calificación 1 , al representar la principal debilidad identificada.
Escasa percepción de	Los usuarios señalaron que no perciben cambios	Encuesta	Peso 0,15 por afectar la imagen institucional.	Calificación 2 porque constituye una debilidad moderada.

mejora continua	significativos al volver a solicitar un servicio.			
Ausencia de mecanismos permanentes para medir la satisfacción	La entrevista evidenció que se realizan consultas al finalizar la atención y existe un buzón de sugerencias, pero no un sistema permanente de evaluación.	Entrevista	Peso 0,15 debido a su importancia para la mejora continua.	Calificación 2 por requerir fortalecimiento.
Necesidad de fortalecer la comunicación institucional	En las entrevistas se recomendó fortalecer los canales digitales y mejorar la difusión de la información institucional.	Entrevista	Peso 0,14 por su incidencia en la percepción del servicio.	Calificación 2 porque aún existen oportunidades de mejora.

Tabla 7. Matriz MEFI

Factores internos	Peso	Calificación	Puntuación Peso x Calificación
Fortalezas			
Personal con experiencia en atención al usuario.	0,14	4	0,56
Existencia de procedimientos establecidos para la atención al cliente.	0,14	3	0,42
Compromiso del personal con el servicio público.	0,12	4	0,44
Debilidades			
Percepción de demoras en los tiempos de atención.	0,16	1	0,16
Percepción escasa de mejora continua por parte de los usuarios.	0,15	2	0,30
Mecanismos permanentes para medir la satisfacción del usuario.	0,15	2	0,30
Necesidad de fortalecer la comunicación institucional sobre las mejoras realizadas.	0,14	2	0,28
TOTAL	1,00		2,46

El resultado de la matriz MEFI fue de 2,46, ligeramente inferior al promedio de referencia de 2,50. Aunque Aguapen EP cuenta con fortalezas como la experiencia y el compromiso de su personal, aún presenta debilidades que limitan su desempeño en la atención al cliente; entre ellas, la percepción de demoras en los tiempos de atención y la escasa percepción de mejora continua.

Los resultados ayudan a justificar la formulación de estrategias orientadas al fortalecimiento de la atención al cliente y al mejoramiento continuo de los procesos institucionales.

Tabla 8. Matriz de trazabilidad para MEFE

Factor externo	Evidencia que lo respalda	Fuente de evidencia	Justificación del peso	Justificación de la calificación
Acceso a programas de capacitación promovidos por instituciones públicas y universidades.	Los entrevistados señalaron que las capacitaciones fortalecen el desempeño del personal y recomendaron mantener procesos permanentes de formación.	Constitución de la República del Ecuador (2008); Ley Orgánica de Empresas Públicas (2009); entrevistas al personal de Aguapen EP.	Se asignó un peso de 0,12 debido a que representa una oportunidad importante para fortalecer las competencias del personal sin generar elevados costos para la institución.	Se otorgó una calificación de 4, ya que Aguapen EP puede aprovechar estos programas para fortalecer la atención al cliente.
Uso de herramientas tecnológicas institucionales para fortalecer la comunicación con los usuarios.	En las entrevistas se recomendó fortalecer los canales virtuales y modernizar los procesos institucionales para agilizar la atención.	Gumah y Aziabah (2020); Galindo Pasache et al. (2024); revisión documental institucional.	Peso 0,10, por representar una oportunidad de impacto medio para optimizar la comunicación institucional.	Calificación 3, debido a que existen herramientas tecnológicas, aunque su aprovechamiento aún puede fortalecerse.

Creciente interés de la ciudadanía por utilizar canales digitales oficiales para consultas e información.	Los entrevistados recomendaron fortalecer los servicios digitales para facilitar los trámites ciudadanos.	INEC (2023) y encuesta aplicada a usuarios.	Peso 0,11, por tratarse de una tendencia creciente en la prestación de servicios públicos.	Calificación 3, debido a que la institución posee oportunidades de adaptación, aunque todavía existen procesos presenciales predominantes.
Fortalecimiento de las políticas públicas orientadas a la calidad del servicio y atención ciudadana.	La normativa ecuatoriana promueve la mejora continua de los servicios públicos y la atención centrada en el ciudadano.	Constitución de la República del Ecuador (2008), arts. 314 y 318; Ley Orgánica de Empresas Públicas (2009).	Peso 0,12, debido a que constituye un entorno favorable para implementar mejoras institucionales.	Calificación 3, ya que Aguapen EP desarrolla acciones alineadas con estas políticas, aunque existen oportunidades para fortalecerlas.
Incremento de las expectativas ciudadanas respecto a la calidad y oportunidad del servicio.	Los resultados evidenciaron que algunos usuarios esperan respuestas más ágiles y perciben pocas mejoras continuas en el servicio.	Encuesta aplicada a los usuarios; Zhang et al. (2022); Rusdianti y Fajar (2023).	Peso 0,16, por ser la amenaza externa de mayor impacto sobre la percepción del servicio.	Calificación 2, ya que la institución aún enfrenta desafíos para responder plenamente a estas expectativas.
Limitaciones presupuestarias para la ejecución de proyectos de modernización institucional.	La naturaleza de empresa pública condiciona la ejecución de inversiones a la disponibilidad presupuestaria y a la planificación institucional.	Entrevista al Director Comercial de Aguapen EP; Ley Orgánica de Empresas Públicas (2009); análisis documental institucional.	Peso 0,15, debido a la influencia directa del presupuesto en la implementación de mejoras.	Calificación 2, porque representa una limitación permanente para ejecutar proyectos de modernización.

Cambios en las políticas públicas o en la asignación de recursos a las empresas públicas.	Las empresas públicas dependen de disposiciones gubernamentales que pueden modificar prioridades institucionales y disponibilidad de recursos.	Constitución de la República del Ecuador (2008), arts. 314 y 318; Ley Orgánica de Empresas Públicas (2009).	Peso 0,12, al tratarse de un factor externo que puede afectar la planificación institucional.	Calificación 2, debido a que Aguapen EP no tiene control directo sobre este tipo de decisiones.
Mayor difusión de los reclamos ciudadanos mediante redes sociales y medios digitales.	El incremento del uso de plataformas digitales facilita la difusión inmediata de experiencias positivas y negativas relacionadas con los servicios públicos.	Galindo Pasache et al. (2024); Gumah y Aziabah (2020); Trang et al. (2024).	Peso 0,12, porque puede influir directamente en la imagen institucional y la confianza ciudadana.	Calificación 2, debido a que requiere fortalecer los mecanismos de respuesta y comunicación institucional.

Tabla 9. Matriz MEFE

Factores externos	Peso	Calificación	Puntuación Peso x Calificación
Oportunidades			
Acceso a programas de capacitación promovidos por instituciones públicas y universidades.	0,12	4	0,48
Uso de herramientas tecnológicas institucionales para fortalecer la comunicación con los usuarios.	0,10	3	0,30
Creciente interés de la ciudadanía por utilizar canales digitales oficiales para consultas e información.	0,11	3	0,33
Fortalecimiento de las políticas públicas orientadas a la calidad del servicio y de la atención al ciudadano.	0,12	3	0,36
Amenazas			
Incremento de las expectativas ciudadanas respecto a la calidad y la oportunidad del servicio.	0,16	2	0,32
Limitaciones presupuestarias para la ejecución de proyectos de modernización institucional.	0,15	2	0,30
Cambios en las políticas públicas o en la asignación de recursos a las empresas públicas.	0,12	2	0,24
Mayor difusión de los reclamos ciudadanos mediante redes sociales y medios digitales.	0,12	2	0,24
TOTAL	1,00		2,57

Interpretación de la MEFE

El resultado obtenido en la matriz MEFE fue de 2,57, superior al promedio de referencia de 2,50, lo que indica que Aguapen EP dispone de oportunidades externas que pueden aprovecharse para fortalecer la atención al cliente y mejorar la satisfacción de los usuarios.

Entre las principales oportunidades destacan el acceso a programas de capacitación, el aprovechamiento de herramientas tecnológicas institucionales y el impulso de políticas públicas orientadas a la calidad del servicio.

No obstante, se identificaron amenazas que podrían afectar el desarrollo de acciones de mejora, entre ellas las limitaciones presupuestarias propias de las empresas públicas, los cambios en las políticas gubernamentales y el incremento de las expectativas ciudadanas respecto a la calidad de los servicios.

Asimismo, la difusión de reclamos a través de medios digitales representa un desafío para la imagen institucional, por lo que resulta necesario fortalecer los procesos de comunicación y de atención al usuario.

Tabla 10. Matriz DAFO

	Oportunidades (O) O1. Programas de capacitación ofrecidos por instituciones públicas y universidades. O2. Herramientas tecnológicas institucionales disponibles. O3. Mayor uso de los canales digitales por parte de la ciudadanía. O4. Políticas públicas orientadas a la calidad del servicio.	Amenazas (A) A1. Incremento de las expectativas ciudadanas. A2. Limitaciones presupuestarias. A3. Cambios en las políticas públicas y en la asignación de recursos. A4. Mayor difusión de los reclamos en medios digitales.
	Estrategias FO (Fortalezas–Oportunidades) FO1. Gestionar capacitaciones y convenios con universidades e instituciones públicas para fortalecer las competencias del personal. FO2. Aprovechar los canales digitales institucionales para mejorar la comunicación con los usuarios sobre trámites y requisitos. FO3. Fortalecer la cultura de calidad del servicio mediante la aplicación de las dimensiones del modelo SERVQUAL.	Estrategias FA (Fortalezas–Amenazas) FA1. Fortalecer la atención personalizada para responder a las crecientes expectativas de los usuarios. FA2. Optimizar los procedimientos internos existentes para mejorar la eficiencia sin requerir inversiones significativas. FA3. Promover una comunicación institucional para fortalecer la imagen institucional.
	Fortalezas (F) F1. Personal con experiencia en atención al usuario. F2. Procedimientos administrativos establecidos. F3. Compromiso del personal con el servicio público.	
	Debilidades (D) D1. Percepción de demoras en la atención. D2. Escasa percepción de mejora continua. D3. Ausencia de mecanismos permanentes para evaluar la satisfacción. D4. Necesidad de fortalecer la comunicación institucional.	Estrategias DO (Debilidades–Oportunidades) DO1. Diseñar un plan de capacitación para mejorar la capacidad de respuesta del personal a partir de los programas de formación disponibles. DO2. Incorporar encuestas periódicas de satisfacción y mecanismos de retroalimentación, aprovechando los recursos institucionales existentes. DO3. Fortalecer la difusión de las mejoras implementadas a través de los canales oficiales de comunicación.
		Estrategias DA (Debilidades–Amenazas) DA1. Optimizar los procesos de atención para reducir los tiempos de respuesta percibidos por los usuarios. DA2. Establecer indicadores de seguimiento de la atención al cliente para facilitar la toma de decisiones aun en escenarios de restricciones presupuestarias. DA3. Implementar un procedimiento interno para la gestión y el seguimiento de quejas y sugerencias, a fin de fortalecer la confianza de los usuarios.

Tabla 11. Plan de ejecución

Objetivo	Actividades	Responsable	Recursos	Tiempo	Indicador
Incrementar la confianza de los usuarios.	Revisar el procedimiento de atención. Elaborar un flujo simplificado de trámites. Socializar los procedimientos con el personal.	Dirección Comercial y Atención al Cliente	Personal, manuales, material informativo	1 mes	Procedimientos actualizados y socializados.
Reducir la percepción de demora en la atención al usuario.	Analizar los tiempos de atención. Organizar prioridades en la atención. Implementar controles internos para el seguimiento de los tiempos de respuesta.	Jefatura de Atención al Cliente	Personal, formatos de control	2 meses	Disminución del tiempo promedio de atención.
Mejorar la confianza de los usuarios mediante el fortalecimiento de las competencias del personal.	Gestionar capacitaciones en atención al cliente. Capacitar en resolución de conflictos y en comunicación efectiva. Realizar evaluaciones posteriores a las capacitaciones.	Talento Humano	Convenios con universidades, material didáctico	2 meses	Número de servidores capacitados.
Mejorar la relación entre la institución y los usuarios.	Difundir información sobre trámites y requisitos. Actualizar la información en los canales oficiales. Implementar un protocolo de atención al usuario.	Comunicación Institucional y Atención al Cliente	Página web, redes sociales, material impreso	1 mes	Nivel de satisfacción con la información recibida.
Evaluar periódicamente la calidad de la atención y la satisfacción de los usuarios.	Diseñar encuestas periódicas de satisfacción. Analizar los resultados. Elaborar informes con propuestas de mejora. Dar seguimiento a las acciones implementadas.	Dirección Comercial y Unidad de Planificación	Formularios, base de datos, personal	Permanente	Informes de seguimiento e índice de satisfacción de los usuarios.

Conclusiones:

Se identificó que la atención al cliente brindada por Aguapen EP presenta varias fortalezas, como la confianza, la cortesía, el respeto, el conocimiento del personal y la seguridad que transmite durante el proceso de atención. Sin embargo, se identificaron aspectos susceptibles de mejora, como la percepción de la eficiencia del servicio.

Se determinó que el nivel de satisfacción de los usuarios presenta una valoración favorable en los indicadores evaluados, ya que entre el 51,4 % y el 52,7 % de los participantes manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con la atención recibida, el cumplimiento de sus expectativas y las soluciones brindadas. No obstante, entre el 21 % y el 24 % expresó inconformidad, principalmente con los tiempos de atención y la eficiencia del servicio, lo que evidencia oportunidades de mejora.

Se identificó que los aspectos mejor valorados por los usuarios fueron el trato respetuoso (63,4 %), los conocimientos del personal (60,5 %), la cortesía (59,0 %) y la confianza transmitida durante la atención (59,0 %). No obstante, se evidenciaron oportunidades de mejora en la rapidez de atención, la eficiencia del servicio y la percepción de mejoras continuas, aspectos que registraron mayores niveles de inconformidad.

El instrumento utilizado presentó una excelente consistencia interna, evidenciada por un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,968, lo que respalda la confiabilidad de los datos obtenidos y fortalece la validez de las conclusiones derivadas del estudio.

En términos generales, la evaluación de la atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en Aguapen EP evidenció que, aunque los usuarios valoran positivamente aspectos como la confianza, la seguridad y el trato recibido, persisten debilidades relacionadas con los tiempos de respuesta, la eficiencia del servicio y la percepción de mejora continua.

Estos resultados justifican la implementación de la propuesta de fortalecimiento de la atención al cliente, orientada a optimizar los procesos institucionales, fortalecer las competencias del personal y promover la mejora continua del servicio.

Recomendaciones

Se recomienda a la empresa Aguapen EP implementar progresivamente el plan de fortalecimiento de la atención al cliente propuesto en la presente investigación, conformado por estrategias orientadas al fortalecimiento de la fiabilidad del servicio, la optimización de la capacidad de respuesta, el fortalecimiento de la seguridad en la atención, la mejora de la comunicación institucional y el establecimiento de un sistema de seguimiento y mejora continua, con el propósito de incrementar la satisfacción de los usuarios y optimizar los procesos institucionales.

Además, se sugiere fortalecer las competencias del personal encargado de la atención al cliente mediante programas de capacitación periódicos en calidad del servicio y en resolución de conflictos, aprovechando los convenios con instituciones de educación superior u organismos públicos.

Para futuras investigaciones académicas, se recomienda ampliar el estudio incorporando otras empresas públicas prestadoras de servicios básicos del país, con el propósito de realizar análisis comparativos que permitan identificar fortalezas, debilidades y buenas prácticas en la atención al cliente y en la satisfacción de los usuarios.

También es recomendable profundizar en el análisis de la relación entre las dimensiones del modelo SERVQUAL y la satisfacción de los usuarios, mediante el uso de diferentes técnicas estadísticas y de muestras más amplias, con el fin de obtener resultados que complementen y fortalezcan la evidencia científica sobre la calidad del servicio en las empresas públicas.

Para finalizar, se aconseja realizar investigaciones para evaluar el impacto de la implementación de planes de fortalecimiento de la atención al cliente en empresas públicas, lo que permitirá comparar los resultados obtenidos antes y después de su aplicación.

Referencias

- Almendra, R. A., & da Silva, F. M. (2022). *The Central Role of Empathy in Service Design*. AHFE internacional. <https://doi.org/10.54941/ahfe1001385>
- Bayad Jamal Ali, B. G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *nternational Journal Of Engineering, Business And Management*, 5(3), 14-28. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Benbella, D., Scott, M., & Allan, K. (2022). Exploratory assessment of challenges and issues with private water operators in rural water supply and service delivery: a case study of the Karamoja region, Uganda. *Water Policy*, 24(5), 856 - 866. <https://doi.org/10.2166/wp.2021.263>
- Beula, .. S., Velmurugan, & Janardhanan. (2022). A role of knowledge level of employees in customer relationship management with special reference to lic. *International Journal of Professional Business Review*, 7(2). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i2.436>
- Borbor, K. E., Molina, L. M., Hernández, R. R., & Cabrera, G. F. (2026). Calidad de servicio y satisfacción del cliente, un estudio comparativo entre dos empresas públicas ecuatorianas. *Revista 593 Digital Publisher*, 11(1). <https://doi.org/10.33386/593dp.2026.1.3746>
- Cabrera Barbecho, F., & Sarmiento, J. P. (2023). Exploring Technical Efficiency in Water Supply Evidence from Ecuador: Do Region Location and Management Type Matter? *MDPI*, 15(8), 6983. <https://doi.org/10.3390/su15086983>
- Christensen, D. A., Hansen, H.-T., Rydland, H. T., & Aars, J. (2025). Choice, Continuity, and Competence: A Longitudinal and Multilevel Study of Satisfaction with General Practitioner Service Supply. *Public Performance and Management Review*, 48(3), 650-674. <https://doi.org/10.1080/15309576.2025.2464666>
- Cleland, J. (2022). *Exploring, measuring or both: Considering the differences between qualitative, quantitative and mixed methods research*. Researching Medical Education. <https://doi.org/10.1002/9781119839446.ch1>

- Denantes, J., & Donoso, G. (2021). *Factors influencing customer satisfaction with water service quality in Chile*. Utilities Policy. <https://doi.org/10.1016/j.jup.2021.101295>
- Denier, Y. (2013). Realizing good care within a context of cross-cultural diversity: An ethical guideline for healthcare organizations in Flanders, Belgium. *Social Science & Medicine*, 93(1), 38-46. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.03.045>
- Ecuador. (2000). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. *Registro Oficial Suplemento No. 116, 10 de julio de 2000*. https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2025/03/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR_2022_02_11.pdf
- Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *Registro Oficial No. 449, 20 de octubre de 2008*. <https://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/constitucion-de-la-republica-del-ecuador>
- Ecuador. (2009). Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP). *Registro Oficial Suplemento No. 48, 16 de octubre de 2009*. https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/cat_normativas/loep
- Ecuador. (2010). Ley Orgánica del Servicio Público (LOSEP). *Registro Oficial Suplemento No. 294, 6 de octubre de 2010*. <https://www.corteconstitucional.gob.ec/251206-2>
- Fan, C., & Shengjin, W. (2021). Study of the public service satisfaction degree in China city. *3rd International Conference on Energy Resources and Sustainable Development, ICERSD 2020*. Shanghai, China: E3S Web of Conferences. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123603024>
- Fathya, V. N., Viverita, V., Hati, S. R., & Astuti, R. D. (2023). Customer satisfaction with electronic public services: An 18 years of systematic literature review. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 20(4), 759-812. <https://doi.org/10.1007/s12208-022-00350-6>
- Galindo Pasache, R. L., Cano Legua, F. E., Massa Palacios, L. A., & Gabriel Hernández, O. T. (2024). Efficiency of public services in the digital era. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(108), 1713-1725. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.108.15>

- Greco, A., González-Ortiz, L. G., Gabutti, L., & Lumera, D. (2025). What's the role of kindness in the healthcare context? A scoping review. *BioMed Central*, 25(207), 2.
<https://doi.org/10.1186/s12913-025-12328-1>
- Gumah, B., & Aziabah, M. A. (2020). “Our Lives Are Affected by Government Agencies”: Citizens’ Perception Survey as a Measure of Public Service Efficiency in Ghana. *SAGE Open*, 10(6). <https://doi.org/10.1177/2158244020935900>
- Harsiwi, W., & Wicaksono, A. (2025). Selling the Spirit A Semiotic Analysis of Omotenashi in the Visual and Textual Marketing of the Japan National Tourism Organization (JNTO). *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 4(2), 27-37.
<https://doi.org/10.34013/ijscot.v4i02.2296>
- Hsu, C.-L., & Lin Chuan-Chuan, J. (2023). Understanding the user satisfaction and loyalty of customer service chatbots. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103211.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103211>
- Hsu, H.-Y. (2026). Operational transparency and satisfaction with public services. *Public Management Review*, 28(6), 1719-1747. <https://doi.org/10.1080/14719037.2025.2507953>
- INEC. (2023). Instituto Nacional de Estadística y Censos. *Resultados del Censo Ecuador 2022*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda>
- López Salas, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Ediciones Paraninfo, SA.
<https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428339483/atencion-al-cliente--consumidor-y-usuario>
- Matute, V., Giovanni, W., Patricio, C., Orellana, Fernando, E., & Quinteros Cortazar, M. P. (2023). Percepción de los usuarios sobre la calidad de los servicios públicos en el Cantón La Troncal-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 29(3), 204-218.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9102152>
- Mendoza, G. R., Reyes, V., Morales, A. G., Casana, P. F., & Bustillos, J. K. (2022). Factores condicionantes y efectividad del servicio público de agua potable en el Cantón Santa Lucía, Guayas-Ecuador. *Revista de Investigación y Cultura - Universidad César Vallejo*, 11(3), 11-19. <https://doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v11n3a2>

- Mora, J. G., Varela, S. C., Montero, G. S., García, M. C., & Félix, M. R. (2024). Satisfacción de usuarios con los servicios públicos básicos en México durante 2021. *Ciencia Latina*, 8(5), 5089-5111. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13961
- Morales, D. L., & Murillo, J. R. (2025). Balanced Scorecard as a tool for customer service management: Indumanser case study. *Revista Científica Multidisciplinar G-Nerando*, 6(1), 5675–5696. <https://doi.org/doi.org/10.60100/rcmg.v6i1.673>
- Mosimanegape, P., Jaiyeoba, O., Iwu, C. G., & Chekula-Mahama, C. (2020). Examining the relationship between service quality and customer satisfaction in the public service. The case of Botswana. *World Scientific and Engineering Academy and Society*, 579 - 593. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.57>
- Muñoz-Zamora, K., & Flores-Urbáez, M. (2024). Medición de la calidad del servicio en el Registro Civil ecuatoriano desde el modelo SERVQUAL. *Revista de ciencias sociales*, 30(3), 459-475. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i3.42684>
- Ochoa, B. H., & Espinoza, C. G. (2024). Transformación digital en la gestión de atención al cliente en las PYMES de servicios de internet en la ciudad de Cañar. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociale*, 26(2), 614-631. <https://doi.org/10.36390/telos262.12>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling Techniques. 3rd Edition. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Palmer, K., Berthold, A., McCrary, A., deVilleneuve, S., Schramm, M., & Leggette, H. R. (2025). Perceptions of Drinking Water and Safety: A Public Survey of U.S. Residents. *JAWRA Journal of the American Water Resources Association*, 15. <https://doi.org/10.1111/1752-1688.70059>
- Pan, C., & Choi, H.-M. (2024). You Reap What You Sow: Customer Courtesy and Employees' Prosocial Service Behavior. *Behavioral Sciences*, 14(9), 736. <https://doi.org/10.3390/bs14090736>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of marketing*, 64(1), 12-40. <https://psycnet.apa.org/record/1989-10632-001>

- Patrón-Cortés, R. M. (2021). Calidad y satisfacción de los servicios escolares de una institución de educación superior mexicana: la visión de los estudiantes. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(22).
<https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.870>
- Pedersen, P. M. (2021). *Encyclopedia of Sport Management*. Edward Elgar Publishing.
<https://doi.org/10.4337/9781035317189>
- Rodríguez, R. I., Huerta, M. E., & Díaz, D. G. (2022). Quality in the service of the paramunicipal operating organization of drinking water, sewage and sanitation in Rioverde, San Luis Potosí”. *Espacio Científico de Contabilidad y Administración-UASLP*, 1(1), 19-19. <https://doi.org/10.58493/ecca.2022.1.1.06>
- Rusdianti, D., & Fajar, A. N. (2023). Unraveling the Impact of Brand Awareness, Promotion, Security, and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in E-Wallet OVO: An Analytical Study. *Journal of System and Management Sciences*, 13(6), 523 - 535.
<https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0630>
- Stojic, D., Ciric, Z., Sedlak, O., & Horvat, A. M. (2020). Students’ views on public transport: Satisfaction and emission. *Sustainability (Switzerland)*, 20(12), 1-16.
<https://doi.org/10.3390/su12208470>
- Susilawati, & Nilakusmawati. (2017). Study on the factors affecting the quality of public bus transportation service in Bali Province using factor analysis. *1st International Conference on Mathematics: Education, Theory, and Application, ICMETA 2016*. Indonesia: Institute of Physics Publishing. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/855/1/012051>
- Torres, J. M., & Ticona, E. L. (2025). *Evaluación del uso de la información del cliente en las labores administrativas de Latam, Tacna, 2023*. Universidad José Carlos Mariátegui.
<https://hdl.handle.net/20.500.12819/3687>
- Trang, T. T., Thang, P. C., & Quy, T. Q. (2024). Examining the Influence of Security Perception on Customer Satisfaction: A Quantitative Survey in Vietnam. *EAI Endorsed Transactions on Internet of Things*, 10, 6. <https://doi.org/10.4108/eetiot.5210>
- Vasquez, A. E., & Murillo, J. L. (2020). Modelo SERVQUAL como instrumento de evaluación de la calidad del servicio al cliente, cantón jipijapa. *UNESUM-Ciencias: Revista*

- Científica Multidisciplinaria*, 4(4), 79-92. <https://doi.org/10.47230/unesciencias.v4.n4.2020.284>
- Velázquez, R. D., & Quishpe, P. G. (2022). Calidad microbiológica, física y química impactan en la calidad del servicio de agua potable, Ecuador. *Ingenium et Potentia*, 4(1), 317-342. <https://doi.org/10.35381/i.p.v4i1.1903>
- Vilarinho, H., Pereira, M. A., & Camanho, A. S. (2024). Water Utility Service Quality Index: A customer-centred approach for assessing the quality of service in the water sector. *Socio-Economic Planning Sciences*, 1-32. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2023.101797>
- Ward, K., Srinivasan, J., Alvord, D., Davis, L. S., Harlan, S. L., Manela, R., . . . Deodhar, n. (2024). Municipal capacity for water justice: a cross-case comparison of affordability and equity policies in Pennsylvania and Massachusetts. *Journal of environmental policy & planning*, 26(4), 2 - 15. <https://doi.org/10.1080/1523908X.2024.2369286>
- Wijayanti, W. N., & Saifudin, A. (2021). Implementation of Omotenashiin Japanese Ryokan. *Research on Linguistics, Literature, and Culture*, 3(2), 122-132. <https://doi.org/10.33633/jr.v3i2.4657>
- Yoo, Y., Park, Y., Lim, D., & Seo, D. (2022). 5-STAR HOTEL CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS. arXiv . <https://doi.org/10.48550/arXiv:2209.12417>
- Zhang, J., Chen, W., Petrovsky, N., & Walker, R. (2022). The Expectancy-Disconfirmation Model and Citizen Satisfaction with Public Services: A Meta-analysis and an Agenda for Best Practice. *Public Administration Review*, 82(1), 147-159. <https://doi.org/10.1111/puar.13368>

Apéndice

Apéndice 1: Matriz de consistencia.

Titulo	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variab les	Dimensio nes	Indicadores	Metodolo gia	
Atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapén EP, Provincia de Santa Elena 2025.	¿Cuál es la situación actual de la atención al cliente y del nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapén EP, cantón Salinas, durante el año 2025?	GENERAL	El diagnóstico	Atención al cliente	Empatía	Amabilidad del personal	Enfoque	
		Diagnosticar la atención al cliente y el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapén EP durante el año 2025.	o de la atención al cliente y del nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapén EP permitirá identificar fortalezas, debilidades y			Seguridad	Cortesía en la atención	Mixto (Cuantitativo y cualitativo)
							Respeto durante el servicio	Alcance
					Seguridad		Conocimiento del personal	Descriptivo
	SISTEMATIZACIÓN DE LOS PROBLEMAS	ESPECIFICOS	oportunidades de mejora que fundamentan	Satisfacción de los usuarios		Percepción del servicio	Calidad percibida.	Población

ESPECÍFICOS		ten el diseño de estrategias para fortalecer la calidad del servicio.			
	¿Cuáles son las características de la atención al cliente percibida por los usuarios de la empresa Aguapen EP de la provincia de Santa Elena?	Caracterizar la atención al cliente percibida por los usuarios de la empresa Aguapen EP de la Provincia de Santa Elena.		Cumplimiento de expectativas.	Empleados y clientes
				Percepción de eficiencia del servicio	Muestra
	¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de la atención recibida en la empresa Aguapen EP?	Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de la atención recibida.		Satisfacción general	385 usuarios, No probabilístico por conveniencia
	¿Cuáles son los aspectos críticos de los procesos de atención	Identificar los aspectos críticos de los procesos de atención	Nivel de satisfacción	Conformidad	Técnicas e instrumentos Técnicas: Encuesta y entrevista

identificados a partir de la integración de los resultados cuantitativos y cualitativos?	mediante la integración de resultados cuantitativos y cualitativos.				
¿Qué estrategias de mejora pueden proponerse para fortalecer la atención al cliente y aumentar la satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapén EP?	Proponer estrategias de mejora para el fortalecimiento de la atención al cliente y aumentar la satisfacción de los usuarios.			Percepción de mejora	Instrumentos: Cuestionario, Guía de entrevista.

Apéndice 2: Acta de aceptación del tema de investigación.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

001 – TT – FFTG – ADE – 2026

En la ciudad de La Libertad, a los cuatros días del mes de mayo del año en curso, siendo las 20:00 p.m., reunidos de manera virtual los suscritos docentes de la Carrera de Administración de Empresas: Ing. Divar Sebastian Castro Llor, Mgt. Docente Tutor y Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgt. Docente Especialista; se deja constancia mediante la presente acta de que luego del análisis y revisión correspondiente, se acepta el tema de investigación propuesto por:

Estudiante:	Jair Noé Salinas Tomalá
Cédula de identidad:	2400239360
Paralelo:	8/1
Propuesta de tema:	"Atención al cliente y su impacto con la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP, cantón Salinas 2025."
Observación:	Los docentes sugirieron no usar e investigar sobre el impacto de los usuarios, esto con la finalidad de agilizar la investigación y sus resultados.
Tema final:	"Atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP, cantón Salinas 2025."
Evidencia:	



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Esta propuesta se da luego de haber verificado la viabilidad académica y metodológica del tema, en concordancia con los lineamientos establecidos por los trabajos de titulación de la carrera, contando con el visto bueno de los firmantes.

En virtud de lo anterior, se solicita al señor Director de la carrera se sirva continuar con el trámite correspondiente ante el Consejo de Facultad para su respectiva aprobación.

Sin otro particular, firman la presente acta los suscritos para los fines pertinentes.

Atentamente,

 VALIDAR ÚNICAMENTE EN FIREMOL! Firmado electrónicamente por: DIVAR SEBASTIAN CASTRO LOOR	 VALIDAR ÚNICAMENTE EN FIREMOL! Firmado electrónicamente por: JOSÉ XAVIER TOMALÁ URIBE	
Ing. Divar Sebastian Castro Loor, Mgt. DOCENTE TUTOR	Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe,, Mgt. DOCENTE ESPECIALISTA	Jair Noé Salinas Tomalá ESTUDIANTE

C.c.: Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA. – Coordinador de la Comisión de Titulación
Archivo

Apéndice 3: Carta Aval.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 121 - JXTU-ADE-2026
La Libertad, 28 de mayo del 2026

Ingeniero.
Nestor Silvestre Rodríguez.
GERENTE COMERCIAL DE AGUAPEN EP
En su despacho. -

De mi consideración:

Estimado reciba un cordial y atento saludo de quienes conformamos la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).

Me dirijo a usted con el propósito de poner en su conocimiento que hemos recibido la solicitud del señor Salinas Tomalá Jair Noé, portador de la Cédula de Ciudadanía N°2400239360, estudiante de nuestra carrera, quien expresa su interés en desarrollar su Trabajo de Titulación bajo el tema:

“ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA EMPRESA AGUAPEN EP, CANTÓN SALINAS, 2025 ”

Dado que el desarrollo de este estudio requiere el respaldo institucional del área comercial de la empresa, le solicitamos respetuosamente la emisión de una **Carta Aval** a través de la cual se ratifique la aceptación y se brinden las facilidades necesarias para la ejecución del trabajo. Asimismo, solicitamos su autorización para que el resumen del estudio pueda ser publicado en la página oficial de la UPSE

Cabe destacar que el presente trabajo contará con la tutoría del Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgtr. quien guiará el proceso de investigación y garantizará el cumplimiento de los objetivos planteados.

Agradecemos de antemano su colaboración y quedamos atentos a su pronta respuesta.

Atentamente,



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
JOSÉ XAVIER TOMALÁ
URIBE

Lcdo. Jose xavier tomalá Uribe, Mgs.
DIRECTOR DE CARRERA
C.c. archivo
JXTU/JG



Apéndice 4: Validación del instrumento – Cuestionario de encuesta.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Atención al cliente y satisfacción de usuarios, en la Empresa Aguapén EP. Provincia de Santa Elena, 2025."

Autor del Instrumento: Jair Noé Salinas Tomalá

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					X
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ☒ El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 19 de junio de 2026

Firma del Experto Informante
Ing. Libi Carol Caamaño López MSc.

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (84) 781 - 732

f @ www.upse.edu.ec

Apéndice 5: Validación del instrumento – Guía de entrevista.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Atención al cliente y satisfacción de usuarios, en la Empresa Aguapen EP. Provincia de Santa Elena, 2025."

Autor del Instrumento: Jair Noë Salinas Tomalá

Nombre del Instrumento: Guía de Entrevista

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiada.					X
2	OBJETIVIDAD	Está expresado on conductas medibles.					X
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					X
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10	PERTINENCIA	El Instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ☒ El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 19 de junio de 2026


 Firma del Experto Informante
 Ing. Libi Carol Caamaño López MSc.

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 6: Certificado de validación de instrumento.



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Atención al cliente y satisfacción de usuarios, en la Empresa Aguapén EP. Provincia de Santa Elena,"**, planteado por el/la estudiante **Jair Noé Salinas Tomalá** con cédula de identidad **#2400239360**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Cuestionario de Encuesta
2. Guía de Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base a los indicadores del tema planteado en la matriz de consistencia del trabajo, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario de el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 19 de junio de 2026.

Ing. Libi Carol Caamaño López. MSc.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Apéndice 7: Guía de entrevista.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DEL ÁREA DE
ATENCIÓN AL CLIENTE

Tema:	Atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP, Provincia de Santa Elena, 2025
Responsable:	Salinas Tomalá Jair Noé
Duración:	20 a 30 minutos
Aplicación:	Presencial
Fecha de aplicación:	

Estimado/a colaborador/a y administradora:

Por medio del presente instrumento, se solicita su colaboración para recabar información sobre la atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP. La información obtenida es de carácter confidencial y será utilizada únicamente con fines académicos. No existen respuestas correctas ni incorrectas; lo que se busca es conocer su experiencia y opinión sobre el servicio que ofrece la empresa Aguapen EP.

OBJETIVO:

Diagnosticar la atención al cliente y el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapen EP durante el año 2025.

I. DATOS DEL ENTREVISTADO/A

Nombre (opcional): _____

Cargo: _____

Género: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro

Edad: ☐ 18 – 25 años ☐ 26 – 35 años ☐ 36 – 50 años ☐ Más de 50 años

Tiempo en el cargo: ☐ Menos de 1 año ☐ 1 – 3 años ☐ Más de 3 años



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

II. PREGUNTAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Pregunta 1. ¿Cómo considera que debe ser el trato hacia los usuarios que acuden a la empresa?

Pregunta 2. ¿Cómo procura mantener una comunicación respetuosa y cordial con los usuarios?

Pregunta 3. ¿Cómo garantiza que todos los usuarios reciban un trato respetuoso?

Pregunta 4. ¿Qué medidas toma cuando un usuario se encuentra inconforme?

Pregunta 5. ¿Considera que cuenta con los conocimientos necesarios para atender las consultas de los usuarios? ¿Por qué?

Pregunta 6. ¿Qué acciones realiza para atender las solicitudes de manera eficiente?



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Pregunta 7. ¿Qué mecanismos utiliza la empresa para garantizar una atención confiable y transparente?

Pregunta 8. ¿Cómo percibe el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la atención recibida?

Pregunta 9. ¿Cómo verifica que los usuarios estén conformes con la solución brindada?

Pregunta 10. ¿Qué acciones considera necesarias para seguir mejorando la atención y satisfacción de los usuarios?

Pregunta 11. Desde su perspectiva, ¿qué recomendaciones propondría para fortalecer la atención al cliente y mejorar la satisfacción de los usuarios en Aguapen EP?

Gracias por su tiempo y colaboración.

Apéndice 8. Evidencia de entrevistas.



Apéndice 9: Cuestionario de encuesta.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA EMPRESA AGUAPEN EP.

Estimado/a participante:

Le invitamos cordialmente a colaborar en esta investigación académica cuyo objetivo es “Diagnosticar la atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la empresa Aguapen EP, durante el año 2025.” Su participación es de carácter voluntario, y las respuestas que brinde serán anónimas y confidenciales, y se utilizarán exclusivamente con fines académicos. No existen riesgos físicos ni psicológicos asociados a su participación.

Usted puede abstenerse de responder en cualquier pregunta o retirarse en cualquier momento sin consecuencia alguna. Al continuar con la encuesta, usted manifiesta su consentimiento informado para participar de manera libre y voluntaria.

Tema: “Atención al cliente y satisfacción de usuarios, en la Empresa Aguapen EP. Provincia Santa Elena, 2025.”

Responsable: Jair Noé Salinas Tomalá

Duración: 10 a 15 minutos

Declaro: “He leído y comprendido la información anterior. Acepto participar voluntariamente en la encuesta y autorizo el uso académico de mis respuestas, garantizando mi anonimato.”

Sí ☐ No ☐

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta antes de responder. Marque con una X la opción que mejor refleje su opinión o experiencia. No existen respuestas correctas ni incorrectas; responda con total sinceridad. La información recopilada se analizará de forma agrupada y no permitirá identificar individualmente a los participantes.

Para valorar se utilizará la escala de Likert como se presenta a continuación:

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Datos generales del encuestado

1. Género Biológico:

Masculino	Femenino	Prefiero no responder
-----------	----------	-----------------------

2. Edad

18-25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	Más de 55 años
------------	------------	------------	------------	----------------

3. Actualmente residido en el cantón

Santa Elena	La Libertad	Salinas
-------------	-------------	---------

4. El personal de Aguapen EP me brindó una atención amable y cordial

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

5. El personal mantuvo una actitud cortés durante toda la atención

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

6. Recibí un trato respetuoso durante todo el proceso de atención.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

7. El personal demostró tener los conocimientos suficientes para resolver mis consultas.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

Campus matriz:
Código Postal:

SIN
LÍMITES!

www.upse.edu.ec



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

8. Mis solicitudes e inquietudes fueron atendidas en un tiempo adecuado y oportuno.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

9. Los procedimientos de atención me transmitieron confianza y seguridad.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

10. Considero que la calidad del servicio brindado por Aguapen EP es adecuada.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

11. El servicio recibido cumplió con mis expectativas.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

12. Considero que los servicios de Aguapen EP se prestan de manera eficiente.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

13. ¿Me encuentro satisfecho con la atención recibida en Aguapen EP?

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

14. Estoy conforme con las soluciones y las respuestas brindadas a mi problema requerido.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

15: Cada vez que regreso a la empresa, percibo mejoras en la atención y los servicios que ofrece Aguapen EP.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

GRACIAS POR SU TIEMPO Y PARTICIPACIÓN

Apéndice 10: Evidencia de encuesta.



Apéndice 11: Tabulación de encuesta.

Facebook x CUESTIONARIO DE ENCUESTA x Atención al cliente y satisfacci... x Atención al cliente y satisfacci... x Pregunta a Gemini x

docs.google.com/spreadsheets/d/19yBBHdNyP-njHzM3me6A3Hy6Ncl3t0dzTJVt2eYafvA/edit?resourcekey=&gid=1485196714#gid=1485196714

Atención al cliente y satisfacción de usuarios, en la Empresa Aguapen EP. Canton Salinas, 2020

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

100% 123 Roboto 10 B I A

A1 Marca temporal

	N	O	P	Q	R
1	¿Cumplió con mis expectativas?	Considero que los servicios de Aguapen EP...	Me encuentro satisfecho con la atención recibida...	Estoy conforme con las soluciones y las respuestas...	Cada que regreso a la empresa, perc...
85		Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo
86		En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
87	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
88	De acuerdo.	Totalmente de acuerdo.	Totalmente de acuerdo.	Totalmente de acuerdo.	Totalmente de acuerdo.
89		En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
90	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
91	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo
92	De acuerdo.	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo.
93	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
94		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
95	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
96	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo

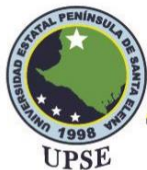
+ Respuestas de formulario 1

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 48 de 48 variables

	CURSO_PARALELO	GENERO	P_1	P_2	P_3	P_4	P_5	P_6	P_7	P_8	P_9	P_10	P_11	P_12	P_13	F
1	1	1	3	4	3	4	4	3	4	3	2	2	2	2	1	
2	1	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	
3	1	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
4	1	2	4	3	3	3	4	4	4	2	3	1	4	4	4	
5	1	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	
6	1	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	
7	1	1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
8	1	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	
9	1	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	
10	1	2	2	4	4	2	4	3	4	2	3	4	4	3	2	
11	1	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	
12	1	1	3	3	4	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2	
13	1	1	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	
14	1	1	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	
15	1	1	3	3	4	2	4	3	4	3	3	2	3	3	4	
16	1	1	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	
17	1	1	4	4	2	4	3	2	3	4	2	3	4	4	2	
18	1	2	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	
19	1	1	4	3	2	4	2	1	2	2	4	1	4	4	4	
20	1	2	4	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	4	3	
21	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
22	1	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	

Apéndice 12: Certificado antiplagio



Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 1 de agosto de 2026

002-DSCL-2026

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado "Atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP, provincia de Santa Elena, 2025", elaborado por el estudiante Jair Noé Salinas Tomalá, de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 9% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,



Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**DIVAR SEBASTIAN
CASTRO LOOR**

Ing. Divar Sebastián Castro Loor, MSc.

DOCENTE TUTOR



Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Reporte de análisis.

 Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UPSE-ECU

Jair Salinas COMPILATIO

ID : 1132ec73e7fc84a0d8a4449becffd38e2c4837b1

 9%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : Jair Salinas COMPILATIO.txt
Tamaño del archivo original : 1,23 MB
Número de palabras : 11.046

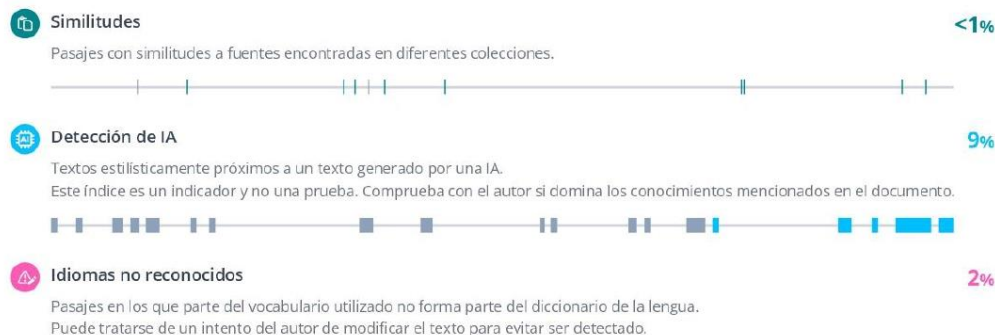
Depositante : DIVAR SEBASTIAN CASTRO LOOR
Fecha de depósito : 1 de agosto de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 1 de agosto de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 13: Cronograma de actividades tutoriales.



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PERÍODO ACADÉMICO 2025-2
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES TUTORIALES

TIPO DE TUTORIAS: TITULACIÓN														
MODALIDAD DETITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR														
N°	Actividades	Fecha	Mayo				Junio				Julio			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Socialización de tema	04/05/2026												
2	Introducción	04/05/2026												
	Planteamiento del problema	04/05/2026												
	Formulación y sistematización del problema	04/05/2026												
	Objetivos	04/05/2026												
	Justificación	11/04/2026												
	Idea a defender	11/04/2026												
3	Mapeo	11/04/2026												
	Capítulo I - Marco referencial													
	Revisión de literatura	18/04/2026												
	Desarrollo de teorías y conceptos	18/04/2026												
4	Fundamentos legales	18/04/2026												
	Capítulo II - Metodología													
	Diseño de la investigación	25/05/2025												
	Métodos de la investigación	01/06/2026												
	Población y muestra	01/06/2026												
	Recolección y procesamiento de datos	08/06/2026												
5	Técnicas de investigación	15/06/2026												
	Validación de instrumentos	19/06/2026												
	Capítulo III - Resultados y Discusión													
	Análisis de los resultados de las entrevistas	22/06/2026												
	Análisis de los resultados de las encuestas	22/06/2026												
	Discusión	06/06/2026												
6	Capítulo IV: Propuesta de valor	06/07/2026												
	Conclusiones	13/07/2026												
	Recomendaciones y Resumen	13/07/2026												
7	Certificado Antiplagio	01/08/2026												
7	Entrega de Informe de Aprobación del TT, por parte del Tutor	01/08/2026												



Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**DIVAR SEBASTIAN
CASTRO LOOR**

Ing. Divar Sebastián Castro Loor, MSc.
DOCENTE TUTOR

Apéndice 14: Ficha de Control de Tutorías del T.I.C.

FICHA DE CONTROL DE TUTORÍAS DEL T.I.C.

Modalidad de Titulación: Trabajo de Integración Curricular

Docente: Ing. Divar Castro Loor, MSc. ☒ Tutor ☐ Especialista

Estudiante: Salinas Tomalá Jair Noé

Paralelo: 8/1 Vespertino

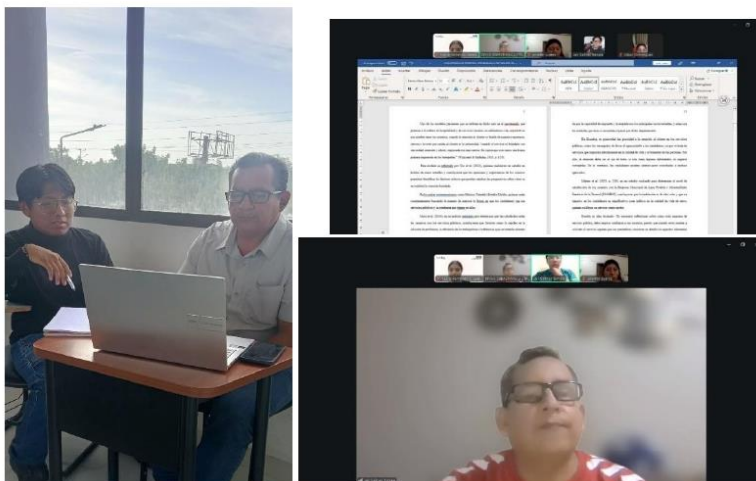
No.	FECHA	HORA		DESCRIPCIÓN DE TEMAS DESARROLLADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL CONTENIDO
		INICIO	FIN		
1	4/5/26	10:30 am	12:30 am	Se realizó la primera reunión con el docente tutor y el especialista, en la que se revisó el tema principal: "Atención al cliente y su impacto en la satisfacción de los usuarios en la empresa Aguapen EP, cantón Salinas 2025".	Inicialmente, la investigación contemplaba un título diferente; sin embargo, por recomendación de los docentes se decidió eliminar el componente relacionado con el impacto en los usuarios para delimitar el alcance del estudio y facilitar el desarrollo de la investigación.
2	11/5/26	10:30 am	12:30 am	En la segunda tutoría se revisó la Justificación, los objetivos, la Idea a defender y el mapeo, en donde el docente tutor	El docente tutor sugirió, como guía, que la justificación se realice mediante preguntas derivadas de una situación documentada y delimitada. Además de tener en cuenta que cada objetivo tiene un resultado, una discusión y una conclusión.
3	18/5/26	10:30 am	12:30 am	En la tercera tutoría se revisó todo el capítulo I, que incluye la revisión de literatura, el desarrollo de teorías y conceptos, los fundamentos legales	El docente tutor brindó información relevante, como que las variables, dimensiones, indicadores e ítems deben ser iguales en todo el texto. Y en la teoría se busquen conceptos relevantes cuentan con fuente verificable y análisis propio
4	25/5/26	10:30 am	12:30 am	En la cuarta reunión de tutoría se revisó el inicio del capítulo II, en el que se presenta el diseño de la investigación.	El docente tutor dio las primeras indicaciones sobre el tema a tratar, las herramientas que se utilizarían, las técnicas y cómo validarla por un especialista.
5	1/6/26	10:30 am	12:30 am	En la quinta tutoría se revisó los métodos de la investigación La población y la muestra	El docente tutor brindó recomendaciones sobre cómo representar a la población usando usuarios reales y no una categoría demográfica ajena, además de cómo justificar el muestreo de forma técnica y no solo por fórmula.
6	8/6/26	10:30 am	12:30 am	En la sexta tutoría se revisó la recolección y procesamiento de datos	Se recomendaron herramientas que serían usadas para la debida recolección y el procesamiento de datos, entre ellos se encuentra el

					uso de la herramienta Google Forms, además del software SPSS
7	15/6/26	10:30 am	12:30 am	En la séptima tutoría se revisó las técnicas de investigación	En dicha reunión, el docente dio indicaciones sobre cómo realizar la validación de las herramientas junto a un especialista. Además de las técnicas de encuesta y de entrevista, se deben anexas las evidencias de dichas operaciones.
8	22/6/26	10:30 am	12:30 am	En la antepenúltima reunión se revisó el análisis de los resultados de las entrevistas y las encuestas.	El docente tutor explicó que se debe detallar por qué se realizó la integración cuantitativa-cualitativa. Y que toda afirmación de relación tiene prueba; asimismo, revisar si los porcentajes coinciden y no se exageran.
9	6/7/26	10:30 am	12:30 am	En la penúltima reunión se revisaron la discusión y la propuesta de valor.	El docente recomienda que la discusión contraste los objetivos con la literatura sin repetir los resultados, mientras que la propuesta debe incluir los responsables, plazo, presupuesto, indicador, meta, evidencia y riesgo.
10	13/7/26	10:30 am	12:30 am	Para finalizar se revisaron las conclusiones, recomendaciones y el resumen	Para las conclusiones se recomendó que solo se deben de responden objetivos y no introducir información nueva, así mismo en las recomendaciones se debe de incluir cómo ampliar el tema para futura investigaciones, y el resumen debe de ser atractivo para que los lectores se interesen en el tema

Observaciones:

Ninguna

Evidencia:



Atentamente

 Validar únicamente en FirmaEC. Firmado electrónicamente por: DIVAR SEBASTIAN CASTRO LOOR	 Firmado electrónicamente por: JOSÉ XAVIER TOMALÁ URIBE VALIDAR ÚNICAMENTE CON FIRMAEC	
Ing. Divar Sebastián Castro Looor, MSc. DOCENTE TUTOR	Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgt. DOCENTE ESPECIALISTA	Jair Noé Salinas Tomalá ESTUDIANTE