



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
Facultad de Posgrado e investigación

Tesis en opción al título de Magíster en:
Administración Pública, Con Mención en Desarrollo Institucional
Gobernabilidad Innovadora en la Gestión

Tema de tesis:
Calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Empresa Eléctrica
Provincial Galápagos ELECGALAPAGOS S.A

Autora:
Ing. Martha Liliana Villamar Pincay

Director de tesis:
Ing. Edison Loaiza Luna, Ph.D.

Septiembre 2023
Guayaquil – Ecuador

Declaración expresa

Yo Martha Liliana Villamar Pincay con cédula de ciudadanía No 1312242595 declaro ser la autora del presente trabajo de titulación de la maestría en Administración Pública con mención en Desarrollo Institucional Gobernabilidad Innovadora en la Gestión titulada “ Calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALAPAGOS S.A”, lo cual también me permito declarar que lo escrito por otros autores están referenciados, además entrego el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink that reads "Martha Villamar Pincay". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the name.

Martha Liliana Villamar Pincay

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación a mi esposo por su apoyo, comprensión, esfuerzo, por creer en mi capacidad y darme la oportunidad de realizarme profesionalmente.

A mis padres que con sus palabras de apoyo y consejos no dejaron rendirme y pueda culminar con éxito mi proceso de titulación.

A mis hijas que son mi fuente de motivación para seguir adelante.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por ser mi guía en mi vida y otorgarme sabiduría para afrontar nuevos retos y culminarlos con éxito.

A mi familia por brindarme todo el apoyo incondicional para culminar con éxito este trabajo.

A mis docentes por haberme brindado todos los conocimientos adquiridos en este periodo académico.

A mi director de tesis Ing. Edison Loaiza Luna, Ph. D. por su orientación y motivación.

A la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALAPAGOS por haberme brindado la oportunidad de realizar este trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación denominada “Calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALAPAGOS S.A” permitirá comprender la importancia de evaluar la calidad del servicio y como esta se relaciona con la satisfacción del usuario. El proyecto de tesis tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALÁPAGOS S.A. Para el presente trabajo se realizó un estudio metodológico el cual permitió determinar cuáles son los parámetros necesarios para la recolección adecuada de la información. La metodología empleada para este estudio fue descriptivo, no experimental y transversal, con enfoque cuantitativo. Para la población se consideró todos los usuarios activos del cantón San Cristóbal lo cual cuenta con 3915 usuarios entre residenciales y comerciales, se aplicó la fórmula para el cálculo de la muestra lo cual dió como resultado un total de 164 usuarios a encuestar. Para la recolección de la información el instrumento usado fue el cuestionario Servqual en lo cual este modelo mide la calidad del servicio mediante expectativas y percepciones de los clientes en la que incluyeron varias preguntas de las dimensiones de la calidad del servicio, fue medido mediante la escala de Likert en donde la calificación 1 totalmente en desacuerdo y la 7 totalmente de acuerdo; obteniendo resultados viables y confiables para recopilar la información. Los resultados obtenidos fueron que en todas las dimensiones existen brechas de insatisfacción excepto en la brecha de elementos tangibles. Se concluye que las expectativas de los usuarios no están siendo satisfechas por la empresa.

Palabras claves: Calidad, servicio, satisfacción del usuario, modelo SERVQUAL, ELECGALAPAGOS

ABSTRACT

The present investigation called "Quality of service and user satisfaction in the Galápagos Provincial Electric Company ELECGALAPAGOS S.A" will allow us to understand the importance of evaluating the quality of the service and how it is related to user satisfaction. The general objective of the thesis project was to evaluate the quality of service and user satisfaction in the Galápagos Provincial Electric Company ELECGALÁPAGOS S.A. For this work, a methodological study was carried out which allowed us to determine what parameters are necessary for the adequate collection of information. The methodology used for this study was descriptive, non-experimental and transversal, with a quantitative approach. For the population, all active users of the San Cristóbal canton were demonstrated, which has 3,915 users between residential and commercial, the formula was applied to calculate the sample which resulted in a total of 164 users to be surveyed. To collect the information, the instrument used was the Servqual questionnaire in which this model measures the quality of the service through expectations and perceptions of the clients, which included several questions on the dimensions of the quality of the service, it was measured using the scale Likert where the rating is 1 totally disagree and 7 totally agree; obtaining viable and reliable results to collect information. The results obtained were that in all dimensions there are dissatisfaction gaps except in the gap of tangible elements. It is concluded that user expectations are not being met by the company.

Keywords: Quality, service, user satisfaction, SERVQUAL model, ELECGALAPAGOS

Índice general

Contenido	Pag.
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	5
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	5
1.1 Antecedentes de la investigación.....	5
1.2 Planteamiento del problema e investigación.....	8
1.2.1 Formulación del problema.....	9
1.2.2 Sistematización del problema.....	10
1.3 Objetivos de la investigación.....	10
1.3.1 Objetivo general.....	10
1.3.2 Objetivos específicos.....	10
1.4 Justificación de la investigación.....	11
1.5 Marco de referencia de la investigación.....	13
1.5.1 Calidad.....	13
1.5.2 Calidad del servicio.....	13
1.5.3 Calidad del servicio eléctrico.....	14
1.5.4 Modelo SERVQUAL.....	15
CAPITULO II.....	19
MARCO METODOLÓGICO.....	19
2.1 Métodos de investigación.....	19
2.2 Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación.....	19
2.2.1 Tipo de diseño.....	19
2.2.2 Alcance de la investigación.....	19
2.2.3 Enfoque de la investigación.....	20

2.3 Unidad de análisis, población y muestra	20
2.3.1 Población.....	20
2.3.2 Muestra	20
2.4 Variables de la investigación	22
2.4.1 Variable independiente	22
2.4.2 Variable dependiente.....	22
2.5 Tabla de operacionalización	22
2.6 Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de datos	22
2.6.1 Técnicas de recolección de datos.....	22
2.6.2 Instrumento de recopilación de datos	23
2.6.3 Tratamiento de la información.....	23
CAPITULO III.....	24
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
3.1 Análisis de resultados	24
CAPITULO IV	44
PROPUESTA DE UN PLAN DE ACCIÓN.....	44
4.1 Justificación	44
4.2 Desarrollo	45
4.3 Dimensiones de calidad.....	45
4.4 Reglamento interno	55
4.5 Incentivos al personal	59
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES.....	66
Bibliografía.....	67
ANEXOS.....	71

Índice de tablas

Contenido	Pág.
Tabla 2.1: Calculo de la muestra.....	21
Tabla 2.2 Operacionalización de variables.....	22
Tabla 3.1 Dimensión elementos tangibles.....	26
Tabla 3.2 Dimensión de fiabilidad.....	27
Tabla 3.3 Capacidad de respuesta.....	29
Tabla 3.4 Dimensión de seguridad.....	30
Tabla 3.5 Dimensión de empatía.....	32
Tabla 3.6 Índice de calidad del servicio.....	34
Tabla 3.7 Dimensión de elementos tangibles.....	36
Tabla 3.8 Dimensión de fiabilidad.....	38
Tabla 3.9 Dimensión de seguridad.....	39
Tabla 4.1: Capacitación al personal.....	53

Índice de figuras

Contenido	Pág.
Figura 3.1 Dimensión elementos tangibles.....	26
Figura 3.2 Dimensión de fiabilidad.....	28
Figura 3.3 Capacidad de respuesta.....	29
Figura 3.4 Dimensión de seguridad.....	31
Figura 3.5 Dimensión de empatía.....	33
Figura 3.6 Resultado general.....	34
Figura 3.7 Nivel de satisfacción de la dimensión elementos tangibles	36
Figura 3.8 Nivel de satisfacción de la dimensión fiabilidad	38
Figura 3.9 Nivel de satisfacción de la dimensión seguridad.....	40
Figura 4.1: Instalaciones de ELECGALAPAGOS.....	44
Figura 4.2: Señalización de la empresa.....	46
Figura 4.3: Personal uniformado.....	47
Figura 4.4: Capacitaciones ELECGALAPAGOS.....	54
Figura 4.5: Integración del personal.....	61
Figura 4.6: Sorteo de regalías.....	61
Figura 4.7: Empleado del mes.....	62

INTRODUCCIÓN

La empresa eléctrica provincial de Galápagos ELECGALAPAGOS S.A. fue constituida en la ciudad de Guayaquil el 9 de noviembre de 1998, inscribiéndose en el Registro Mercantil del cantón San Cristóbal, provincia de Galápagos el 30 de diciembre del mismo año. Desde aquella fecha su trabajo ha sido el de generar, transportar, distribuir y comercializar energía eléctrica en dicha provincia. El 27 de julio del 2000 el Concejo Nacional de Electricidad CONELEC otorgó la concesión para generar, transportar, distribuir y comercializar energía eléctrica en toda la provincia de Galápagos con sus centrales de generación en San Cristóbal, Santa Cruz, Isabela y Floreana.

La base legal por la que se rige la empresa eléctrica son la carta suprema, leyes, códigos, normas; reglamentos tales como: la Constitución de la Republica del Ecuador del 2008; La Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica (LOSPEE); Ley Orgánica de Servicio Público; Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP); Ley Orgánica de Régimen Especial de la provincia de Galápagos; Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, código de trabajo,; entre otros regímenes jurídicos.

La empresa eléctrica ELECGALAPAGOS S.A actualmente cuenta con 14.204 clientes entre residenciales, comerciales, industriales, entre otros; distribuidos en toda la provincia de Galápagos.

Misión

Generar, distribuir y comercializar los servicios de energía eléctrica y alumbrado público de calidad, cumpliendo el marco legal vigente, con la mejora continua de los procesos internos promoviendo la eficiencia energética y cuidado del ambiente.

Visión

Ser un referente a nivel internacional en el suministro del servicio de energía eléctrica y alumbrado público bajo parámetros de eficiencia energética, optimización de recursos, personal capacitado y comprometido, colaborando directamente con el desarrollo sostenible de las Islas Galápagos, respetando el medio ambiente y su comunidad.

En la actualidad con el desarrollo de la globalización los usuarios se han vuelto importantes a la hora de evaluar la calidad de los servicios y la satisfacción de los usuarios esto con el fin de conocer las necesidades y expectativas que tienen los clientes ya que las organizaciones deben de afrontar retos para desarrollarse en un mundo tan competitivo y así lograr un servicio de calidad y eficiente, es por ello que es necesario e importante mejorar los servicios para alcanzar los objetivos de las instituciones con la finalidad de desarrollar mejores estándares de calidad.

A nivel mundial el consumo de energía eléctrica va en aumento, denotando que anualmente existen más personas que pueden acceder a uno de los servicios básicos más necesitados y requeridos en el mundo. En el Ecuador existen un sinnúmero de personas que aún no pueden acceder a este servicio, mientras los que lo poseen presentan quejas en cuanto al modo en que las compañías que se encargan de suministrarlo no pueden ofertar un servicio eficiente a sus usuarios.

El interés de esta investigación es evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALÁPAGOS en el cantón San Cristóbal y así poder conocer y corregir las debilidades de la institución logrando la satisfacción del cliente.

Se aplicó el modelo SERVQUAL porque es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conociendo las expectativas de los clientes, además de como ellos aprecian el servicio, con este diagnóstico poder diseñar una propuesta de estrategia cuya finalidad sea la de mejorar la calidad del servicio eléctrico comercial de la institución.

La Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALÁPAGOS S.A. es una empresa del estado que tiene por objeto generar, transportar, distribuir y comercializar energía eléctrica en la provincia de Galápagos. Empresa Eléctrica Provincial Galápagos (Empresa Electrica Elecgalápagos , n.d.) por lo cual es importante que la institución debe ofrecer un servicio de calidad.

La investigación está estructurada de la siguiente manera: En el primer capítulo se aborda el marco teórico conceptual el cual indica los antecedentes de la investigación, planteamiento del problema, formulación de objetivos, justificación y el marco de referencia.

En el segundo capítulo se establece el marco metodológico de la investigación en la cual se describe el diseño, alcance y enfoque de la investigación; la unidad de análisis, población y muestra; las variables y operacionalización de las variables; técnicas e instrumentos para la recolección de la información.

En el tercer capítulo se muestran los resultados de la encuesta a los usuarios activos de la empresa eléctrica ELECGAALAPAGOS en el cantón San Cristóbal con el objetivo de determinar las falencias que tienen en la calidad del servicio y como estas influyen en la satisfacción en el usuario.

En el cuarto capítulo se planteará una propuesta con estrategias que establezcan soluciones a las problemáticas planteadas por los usuarios en los capítulos anteriores, como pueden ser capacitaciones, mejorar el clima laboral, estrategias que generen un punto de quiebre, es decir un cambio rotundo en el servicio que ofrece la institución, mejorando la imagen que proyecta la empresa a la comunidad.

Finalmente se planteó las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo del desarrollo del proyecto, donde se recomendó lo que debe implementar la empresa para obtener mejoras en su servicio y sobre todo en la atención que ofrece a los clientes, se debe recordar que la energía eléctrica es uno de los servicios más significativos para la vida de las personas por lo que es importante diagnosticar e identificar los problemas para así dar la debida solución y brindar una atención con eficacia y eficiencia.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1 Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tomó como referencia los proyectos realizados por diferentes autores, con temas similares sobre calidad de servicio en otras empresas y como las estrategias implementadas en tales instituciones pueden servir de ayuda al ser implementadas en la empresa ELECGALAPAGOS S.A. obteniendo una mejora en el servicio y por ende en la atención al cliente.

En el trabajo de titulación “ Estudio de la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción al cliente en Electro Sur de la provincia de Abancay – Apurímac” (Hanco, 2020), que tiene como objetivo determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente, la investigación es de tipo cuantitativo, correlacional, diseño no experimental, transaccional ya que la toma de recolección se dio por una sola vez, el instrumento aplicado fue un cuestionario aplicado a 380 usuarios de 9 distritos.

Los resultados obtenidos en esta investigación indican que el 56.6% de usuarios mencionan que la calidad de servicio es medianamente adecuada, el 30.5% adecuada y el 12,95% indica que es poco adecuada.

En el trabajo de titulación “Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de Compartamos Financiera S.A en la ciudad de Chiclayo 2020” (Chuquista & Montenegro, 2021), que tiene como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, la investigación fue de tipo descriptivo,

correlacional, la técnica que utilizó fue la encuesta, el instrumento utilizado fue el cuestionario aplicado a 351 usuarios.

Los resultados obtenidos en esta investigación indican que existe una relación positiva entre la variable calidad del servicio y satisfacción del cliente por lo que recomienda que al existir esta relación la empresa mejore sus procesos y continúe brindando servicios de calidad.

En el trabajo de investigación “calidad de servicio y satisfacción de usuarios en el Registro Mercantil de Ambato” (Lucero, 2021), tuvo como objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios del Registro mercantil de Ambato, la metodología utilizada para este trabajo se realizó con enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y correlacional. La muestra estuvo conformada de 376 usuarios, se aplicó un cuestionario tipo Likert basado en el modelo SERVQUAL. Los resultados muestran una evaluación positiva de parte de los usuarios sobre la prestación de servicios.

En el trabajo de titulación “Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica” (Cordova, 2022), que tiene como objetivo analizar la percepción del servicio comercial al usuario de la EEASA a través del modelo SERVQUAL, la investigación es de tipo cuantitativo, correlacional, diseño no experimental, y transversal ya que la toma de recolección se dió por una sola vez, el instrumento aplicado fue un cuestionario en escala Likert de las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL aplicado a 353 usuarios. Los resultados obtenidos en esta investigación indican que el servicio eléctrico está directamente relacionado con la calidad del servicio.

En el trabajo de titulación “Evaluación del servicio de atención al cliente de clientes especiales de la empresa eléctrica Santa Elena” (Bernabe, 2016), que tiene como objetivo elaborar un diagnóstico del grado de satisfacción que poseen los clientes especiales con el servicio de atención al cliente para mejorar los procesos de la empresa eléctrica unidad de negocio Santa Elena, la investigación fue descriptiva con enfoque cuantitativo y cualitativo, el método fue empírico - analítico, el instrumento utilizado fue la encuesta de acuerdo al modelo SERVQUAL la cual fue aplicado a 293 clientes especiales. Los resultados de la investigación determinaron que tres factores afectan la atención los cuales fueron la falta de instalaciones atractivas y cómoda, carencia de atención personalizada y demora en la atención de reclamos.

En el trabajo de tesis “ calidad de servicio y satisfacción del usuario en Electro Oriente S.A.- Unidad de negocio Jaén, 2020” (Calderon, 2021), que tiene como objetivo determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de Electro Oriente S.A- Unidad de Negocios Jaén, 2020, la investigación fue cuali-cuantitativa, con alcance descriptivo- correlacional; el diseño fue no experimental con corte transversal; la técnica utilizada fue la entrevista y encuesta a 64 usuarios. Los resultados obtenidos en esta investigación permitieron determinar que la calidad del servicio influye en la satisfacción del usuario de manera positiva y alta con un nivel de 74,1% por lo que concluyen que a mayor calidad del servicio mayor será la satisfacción del usuario.

En el artículo “Aplicación del modelo Servqual para la evaluación de la calidad del servicio de comerciantes minoristas en Santo Domingo, Ecuador” 2020 (Velez, 2020), que tiene como objetivo medir la calidad de servicio desde la perspectiva de comerciantes minoristas en Santo domingo Ecuador. Para la recolección de la información utilizaron técnicas como la encuesta basada en el modelo Servqual, utilizando la escala de Likert en donde 1 representa el puntaje más bajo y 7 el puntaje más alto, la investigación fue en campo con enfoque mixto.

Los resultados obtenidos fueron la identificación de las brechas de insatisfacción en los cuales la dimensión con mayor brecha es la de los elementos tangibles, aunque también presentan brechas en todas las dimensiones (fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, elementos tangibles). Esta investigación concluye que se deberían de ejecutar herramientas que permitan ser más competitivos en el mercado y así mejorar sus servicios.

1.2 Planteamiento del problema e investigación

Hoy en día el mundo en el que se vive es altamente competitivo, las empresas buscan no solo brindar un buen producto o servicio, sino además ofrecer un valor agregado que les permita, destacarse y sobre salir de sus principales competidores, a estos factores es importante agregarles que los clientes toman en consideración algo más, el servicio y la atención brindada, siendo parte fundamental para el éxito de una empresa.

La unidad de negocios ELECGALAPAGOS del cantón San Cristóbal, es una empresa con trayectoria a lo largo de los años en la provincia de Galápagos, siendo en sus inicios uno de los principales baluartes del crecimiento y desarrollo económico del cantón San Cristóbal, lugar donde funciona desde alrededor de 25 años.

Actualmente esta empresa ha venido presentando falencias en su funcionamiento, mismas que han llegado a ocasionar malestares en sus clientes, los cuales gracias a esto han ido cambiando la percepción que se ha ganado esta empresa a través del tiempo, ocasionando una mala imagen de la empresa hacia la ciudadanía.

Una de las problemáticas que afectan a los usuarios es la atención que brinda el personal a los clientes, ya que no les brindan la ayuda que desean escuchar para

solucionar sus problemas. Cabe recalcar que el tiempo de respuesta a los problemas que plantean los usuarios no es la adecuada, es decir no brindan una solución inmediata y muchas veces no es resuelto efectivamente, por lo que el cliente al visitar las instalaciones en lugar de encontrar una respuesta positiva a sus problemas, se retiran sin poder solucionar su problemática.

Por otra parte, existen muchos clientes que presentan quejas en el valor del consumo, existiendo meses donde el consumo de energía eléctrica se dispara, originando un incremento en muchos casos del 50% de su valor habitual, a lo que los clientes presentan su reclamo, demorando en obtener una respuesta y donde la empresa no les brinda una respuesta positiva a las quejas presentadas por los usuarios.

Ademas el usuario manifiesta que el personal que atiende en la empresa eléctrica no tiene los conocimientos necesarios sobre los diferentes temas que les servirían de ayuda para brindar un mejor servicio a la ciudadanía por lo que esto ocasiona que no sean claro al proporcionar la información sobre el servicio prestado.

A más de los problemas antes mencionados, al momento de hacer los mantenimientos respectivos y dejar sin energía a todo el cantón o por sectores, no existe la debida comunicación entre clientes y empresa ya que no todos los usuarios tienen redes sociales, por lo que los usuarios no pueden planificar con anticipación las actividades que van a realizar o el cuidado de sus electrodomésticos.

1.2.1 Formulación del problema

¿De qué manera influye la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la empresa eléctrica ELEGAGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal?

1.2.2 Sistematización del problema

- a) ¿Cómo incide los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal?
- b) ¿Cuál es el efecto de la dimensión fiabilidad en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal?
- c) ¿Cómo influye la dimensión seguridad en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal?
- d) ¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal?
- e) ¿Cómo se establecerán soluciones a las diferentes problemáticas presentadas por los usuarios de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALAPAGOS S.A.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Evaluar la incidencia de los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal
- b) Establecer cuál es el efecto de la dimensión fiabilidad en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal

- c) Analizar la influencia que tiene la dimensión seguridad en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal
- d) Determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal
- e) Plantear una propuesta con estrategias claves que permitan brindar una solución a las diferentes problemáticas existentes en la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal, mejorando así la satisfacción del cliente.

1.4 Justificación de la investigación

La Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALÁPAGOS S.A. es una empresa del estado que tiene por objeto generar, transportar, distribuir y comercializar energía eléctrica en la provincia de Galápagos. Empresa Eléctrica Provincial Galápagos (Empresa Electrica Elecgalápagos , n.d.), cuenta con la certificación ISO 9001:2015 en gestión de calidad por lo cual esto obliga a la empresa a mejorar constantemente y pueda brindar un servicio de calidad.

La presente investigación es de suma importancia pues busca brindar una solución a todas las problemáticas planteadas por los usuarios de la empresa, este estudio permitirá identificar los principales factores que originan que el servicio que brindan los trabajadores a los clientes sea inadecuado, generando cambios en el ambiente laboral.

Este análisis es un estudio que propone una solución eficiente a los trabajadores, tanto como a los empleadores de la empresa, encaminando un óptimo proceso organizacional, que cuente con un servicio adecuado, como a su vez un clima de trabajo apropiado, permitiendo el desarrollo del potencial de los trabajadores y la

capacidad de resolver las problemáticas de los usuarios, logrando los resultados esperados.

Los resultados obtenidos en esta investigación servirán de apoyo para la empresa eléctrica ya que aportará conocimiento y determinará la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, ayudando a mejorar las funciones del personal que labora en la institución, a su vez que la empresa pueda adoptar medidas correctivas con la finalidad de mejorar la calidad del servicio, satisfaciendo las necesidades de los usuarios.

Al obtener un equilibrio entre empleado y cliente, los trabajadores desempeñarían sus actividades de manera eficiente, alcanzando, satisfacción, sentido de pertenencia y compromiso con la empresa, lo que se ve reflejado en brindar un excelente servicio al cliente, proyectando una mejor imagen de la organización.

La investigación se realizará mediante un instrumento de medición como el SERVQUAL lo cual considera en su medición cinco dimensiones: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía con el cual se medirá la calidad del servicio que ofrece la institución de San Cristóbal, Este instrumento es válido y confiable que permitirá evaluar las variables y que puedan servir de aporte para futuras investigaciones relacionadas a la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, además este diagnóstico será de gran utilidad para el diseño de las estrategias para mejorar la calidad del servicio que brinda la institución.

Con lo anteriormente expuesto, el desarrollo de la presente investigación es novedosa debido a que no cuenta con un análisis previo con la metodología SERVQUAL y al proponer una evaluación a los servicios de la empresa, es de vital

importancia para identificar las áreas comprometidas de la institución, pudiendo formular un plan estratégico para corregirlas, teniendo como principal objetivo mejorar el servicio al cliente.

1.5 Marco de referencia de la investigación

1.5.1 Calidad

La calidad es un concepto amplio y multifacético, que abarca diferentes aspectos en el contexto del servicio eléctrico. Para lograr una calidad óptima, las empresas deben garantizar que se cumplan ciertos requisitos clave, como la confiabilidad y estabilidad del suministro de electricidad, la eficiencia en la atención al cliente, la capacidad de solucionar problemas rápidamente y la orientación al usuario.

Según el autor (Sánchez López, 2019) menciona que la calidad “es el objetivo de las actividades que se realizan en una empresa y es el cliente el que pervive el resultado global”.

(Tigani, 2006) señala: “la calidad es la medida de la dimensión en que una cosa o experiencia satisface una necesidad, soluciona un problema o agrega valor para alguien. (pág. 25)

1.5.2 Calidad del servicio

La calidad del servicio se refiere a cómo los usuarios perciben la excelencia y las características del servicio proporcionado por la empresa eléctrica. Por otro lado, la satisfacción del usuario está relacionada con el grado en que las expectativas y necesidades de los usuarios son cumplidas a través del servicio recibido. Se define mediante las diferencias de las expectativas y percepciones del cliente ante los servicios recibidos; cuando las expectativas son mayores que el desempeño

percibido, se entiende que la calidad percibida por el cliente resulta ser insatisfactoria (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Para este autor la calidad de servicio “Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, de servicio” (Larrea Angulo, 1991)

1.5.3 Calidad del servicio eléctrico

Para suministrar la energía eléctrica con calidad las empresas eléctricas requieren contar con una infraestructura adecuada, contar con la normatividad que exija el cumplimiento de parámetros y estándares que garanticen una alta calidad en el servicio eléctrico en cada una de sus etapas desde la generación de la energía hasta llegar al consumidor final. (Mendiola, et al., 2011)

En el Ecuador rige la regularización No ARCERNNR -02/20 sobre la calidad del servicio de distribución y comercialización de energía eléctrica aprobada mediante resolución No ARCERNNR -017/2020 por el Directorio de la Agencia de Regulación y Control de Energía y Recursos No Renovables ARCERNNR en donde la calidad del servicio eléctrico está compuesto por lineamientos para la valoración de la calidad del servicio que brindan las empresas distribuidoras de energía en la cual se considera los siguientes atributos:

Calidad del producto: Comprende aspectos como el nivel de voltaje, perturbaciones de la onda de voltaje

Calidad del servicio técnico: Comprende aspectos en relación a la frecuencia y duración de las interrupciones

Calidad del servicio comercial: Comprende aspectos como la atención a solicitudes, el tiempo de respuesta a solicitudes, los reclamos de los consumidores y aspectos relacionados a la satisfacción del consumidor, así como también el proceso de facturación.

1.5.4 Modelo SERVQUAL

La metodología SERVQUAL fue creado por los investigadores (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) y es una de las herramientas más utilizadas por las organizaciones para evaluar la calidad del servicio con el objetivo de conocer las expectativas y percepción de los usuarios. Para (Matsumoto Nishizawa, 2014):

El modelo SERVQUAL proporciona información detallada sobre; opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones. (p. 185)

Este modelo permite identificar falencias en la prestación del servicio y con esto adoptar medidas para mejorar la calidad del servicio ofrecidos a los usuarios ya que la calidad del servicio se obtiene al medir la diferencia entre expectativas y percepciones.

(Alet i Vilaginés, 2000), resalta diez dimensiones para evaluar la calidad de servicio: Fiabilidad, Sensibilidad, Tangibles, Competencia, Cortesía, Credibilidad, seguridad, Acceso, Comunicación, Comprensión del cliente.

De estas 10 dimensiones Parasuraman definió en cinco dimensiones SERVQUAL que son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, los cuales están constituidos por 22 ítems los cuales sirven para evaluar las expectativas del consumidor en cuestión al servicio recibido.

1.5.4.1 Dimensiones de la calidad:

Las dimensiones que se miden en este modelo son los siguientes:

- **Elementos tangibles:** se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, materiales de la institución, así como también los empleados estén bien presentados.
- **Fiabilidad:** Se refiere a como la organización ofrece un servicio de calidad de una manera correcta y a tiempo, se toma en cuenta la eficiencia y eficacia.
- **Capacidad de respuesta:** Se refiere a la atención ágil y eficiente del personal de la organización con el fin de solucionar los problemas ya que cada vez los usuarios son más exigentes.
- **Seguridad:** Se refiere a que los clientes se sientan seguro y el comportamiento de los empleados sea confiables.
- **Empatía:** Se refiere en comprender las necesidades de los clientes, ofrecer un buen servicio, mostrar interés y el nivel de atención que brindan las organizaciones.

1.5.4.2 Satisfacción del cliente

Este aspecto se ha convertido en el principal objetivo por las organizaciones ya que a partir de la medición se pueden conocer las problemáticas y con esto mejorar el nivel de satisfacción con la finalidad de que las organizaciones sean más productivas, sean más competitivas y con ello incrementar beneficios para las organizaciones.

(Kotler, 2006) define a la satisfacción en: “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.40).

Para (Pizam & Taylor, 1999) citado por (Morillo Moreno, 2016) menciona que la satisfacción del cliente es el principal criterio cuando se trata de determinar la calidad del producto o servicio, y es clave para la perdurabilidad de la empresa dado que influye en la decisión del cliente de repetir en la experiencia del servicio y su efecto multiplicador en términos de comunicación boca en boca.

Algunos factores influyen en la satisfacción del usuario, como la calidad del servicio prestado por la organización, la accesibilidad, la fiabilidad, la comunicación, la personalización, la individualización y el tiempo de respuesta. La satisfacción del usuario genera un impacto directo en la fidelidad hacia la organización y en la intención de los usuarios en recomendar el servicio.

Tal como expresan Badea et al. (2021), algunos investigadores han manifestado atención en los efectos de aquellos factores que influyen en la satisfacción de los usuarios. Para lograrlo, algunos autores han desarrollado diversos modelos para abordar la satisfacción desde diferentes perspectivas y uno de ellos es el modelo SERVQUAL como una herramienta efectiva para medir y mejorar la calidad de servicio eléctrico.

La evaluación de la satisfacción del usuario está condicionada al precio, la calidad y que tan útil le resulta al usuario (Parasuraman et al., 1988); además, Goodman (2014) y Packard y Berger (2021) mencionaron que brindar buena atención genera una experiencia positiva al usuario así como también ha sido motivo de preocupación para las organizaciones durante los últimos años, es por ello que

Brown (1992) mencionó que el personal de la empresa debe ser debidamente capacitado y motivado con la finalidad de lograr una relación duradera y armoniosa con el cliente; ya que un resultado positivo en este aspecto produce ventaja competitiva frente a la competencia de acuerdo con Fernández-Cueto (2020).

1.5.4.3 Relación satisfacción y calidad

La calidad del servicio y la satisfacción del usuario son aspectos cruciales en el contexto de las empresas eléctricas, ya que influyen directamente en la percepción y fidelidad de los usuarios.

Los conceptos de calidad en el servicio y la satisfacción del usuario están estrechamente relacionados. Algunos autores como (Vera & Trujillo, 2015), establece una relación estrecha entre los factores que contribuyen a la atención personalizada de servicio al cliente y la necesidad de brindar satisfacción al usuario por la prestación recibida. La calidad de servicio y satisfacción son conceptos diferentes pero relacionados entre sí, ya que la relación se basa en que la satisfacción se mide por las expectativas y la percepción que tiene el usuario referente a la calidad del servicio que brinda la institución.

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Métodos de investigación

En la presente investigación se utilizó el método inductivo ya que en este caso se evaluarán las variables calidad del servicio y satisfacción del usuario aplicando técnicas como la encuesta y de esta manera obtener resultados que servirán para elaborar la propuesta para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

2.2 Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación

2.2.1 Tipo de diseño

El tipo de diseño para este estudio fue de tipo no experimental y transversal. Fue no experimental porque no existió manipulación de las variables y fue transversal porque los datos fueron recolectados en un momento determinado.

Hernández (2010) afirma que “El diseño No Experimental no hay ni manipulación intencional ni asignación al azar y en la investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.150-151).

2.2.2 Alcance de la investigación

El alcance de la presente investigación fue descriptivo. Es descriptivo porque se pretendió describir las variables correspondientes que se refieren a la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la empresa eléctrica ELEGALÁPAGOS. Hernández (2010) señala a la investigación descriptiva como “busca especificar

propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o fenómeno” (p.80).

2.2.3 Enfoque de la investigación

El enfoque de esta investigación se llevó a cabo con un enfoque cuantitativo. Es cuantitativo debido a que el modelo SERVQUAL proporciona resultados numéricos.

2.3 Unidad de análisis, población y muestra

La unidad de análisis corresponde a la identificación de la población y la muestra de la investigación por lo que se consideró como unidad de análisis a todos los clientes activos residenciales y comerciales que tiene la empresa eléctrica ELECGALÁPAGOS correspondientes al cantón San Cristóbal.

2.3.1 Población

Tamayo (1997) define a la población como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p.114).

Para el presente estudio la población analizada fueron todos los clientes activos de la empresa eléctrica ELECGALÁPAGOS ubicados en el cantón San Cristóbal lo cual asciende a 3915 clientes entre residenciales y comerciales.

2.3.2 Muestra

Ñaupas (2014) define a la muestra como “el subconjunto, o parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo” (p.247).

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio al número del tamaño de la población, en donde la totalidad de la población presenten las mismas posibilidades de ser elegidos dentro de la muestra.

La muestra se calculó en base a la población total de clientes activos correspondientes al cantón San Cristóbal de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS mediante la siguiente fórmula.

$$\frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

Tabla 2.1: Calculo de la muestra

Cientes activos del cantón San Cristóbal	3915
Z (nivel de confianza): 95%	1,96
e (error permitido): 7.5%	0,075
p (probabilidad o variabilidad positiva):	0,5
q (complemento o variabilidad negativa):	0,5

Elaborado por: La autora

3759.97
22.98

Dando un total de

164 encuestas a realizar.

Con la fórmula aplicada, la muestra estuvo constituida por 164 usuarios seleccionados de la población total.

2.4 Variables de la investigación

2.4.1 Variable independiente

- Calidad del servicio

2.4.2 Variable dependiente

- Satisfacción del usuario

2.5 Tabla de operacionalización

Tabla 2.2 Operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensión	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Variable independiente: Calidad del servicio	Es la percepción que tiene el cliente en cuanto al servicio recibido por alguna organización.	Tangibilidad	Equipos, instalaciones físicas, personal y materiales	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio, solución	
		Capacidad de respuesta	Disposición para la pronta respuesta, puntualidad	
		Seguridad	Nivel de conocimiento, confianza, credibilidad	
		Empatía	Atención individualizada, comprensión al cliente	

Elaborado por: La autora.

2.6 Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de datos

2.6.1 Técnicas de recolección de datos

La técnica aplicada para esta investigación fue la encuesta dirigida a los usuarios activos de la institución con la finalidad de recopilar información y así proponer la propuesta de mejora.

Encuesta: Dirigida a todos los clientes activos residenciales y comerciales que tiene la institución con la finalidad de recolectar información acerca de la calidad del servicio que ofrece la empresa eléctrica, así como también conocer la satisfacción del cliente. Se efectuó una encuesta con las 5 dimensiones para evaluar la calidad del servicio mediante las preguntas del modelo SERVQUAL.

2.6.2 Instrumento de recopilación de datos

Para evaluar la calidad del servicio el instrumento usado fue el cuestionario cerrado en base al modelo SERVQUAL en las que incluyeron las 22 preguntas para la percepción y 22 preguntas para las expectativas del usuario con sus 5 dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía). La escala de calificación fue mediante la escala de Likert en donde la calificación 1 fue totalmente en desacuerdo y la 7 fue totalmente de acuerdo.

2.6.3 Tratamiento de la información

Una vez obtenida la información los datos fueron tabulados en una hoja electrónica utilizando el programa de Excel para así elaborar las tablas estadísticas y gráficos que sirvieron para analizar e interpretar los resultados y así poder cumplir con los objetivos de esta investigación.

Las tablas y gráficos proporcionaran información concreta para así poder elaborar la propuesta de mejora en la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de resultados

Una vez realizadas las encuestas se procedieron a tabularlas en cuadros y gráficos que faciliten su comprensión en el programa Excel, el cual brinda las facilidades respectivas para que el lector pueda comprender su interpretación. En primera instancia se plasmaron las encuestas efectuadas para medir la percepción que tienen los clientes de la empresa, luego se tabulo las encuestas de las expectativas y de esta manera tener una idea más concreta sobre los problemas que viene teniendo la institución en diferentes aspectos como lo es la atención al cliente, la seguridad, empatía, entre otros, a continuación, se detallan cada una de las dimensiones con su tabla, grafico e interpretación respectiva.

Objetivo general

Evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALAPAGOS S.A.

El resultado presentado para el objetivo general se obtuvo realizando una sumatoria de todas las respuestas de cada ítem de cada una de las dimensiones tanto para las perspectivas como para las expectativas y se dividió para el número de encuestas realizadas a cada uno de los usuarios, obteniendo así un promedio general y en la cual se procedió a obtener las brechas existentes en los ítems de cada dimensión.

Las cinco dimensiones del modelo Servqual sirven para evaluar la calidad del servicio y esta se calcula con la diferencia entre las percepciones y expectativas y en la cual da como resultado las brechas de cada una de las preguntas. Un indicador negativo indicaría que las expectativas del usuario no están siendo cubiertas por la percepción que el usuario tiene en cuanto al servicio brindado; un indicador positivo significa que se está superando las expectativas del usuario. A medida que este indicador se acerque a cero (en caso que la brecha sea negativa) se entiende que está en proceso para acercarse a las expectativas que el usuario tiene.

Con estos resultados que tienen los usuarios acerca del servicio que ofrece la empresa eléctrica en la isla de San Cristóbal se puede determinar los problemas que afectan a la ciudadanía contando con una base para llevar a cabo una propuesta que permita tomar los correctivos necesarios a fin de solucionar las falencias de la institución.

Tabla 3.1

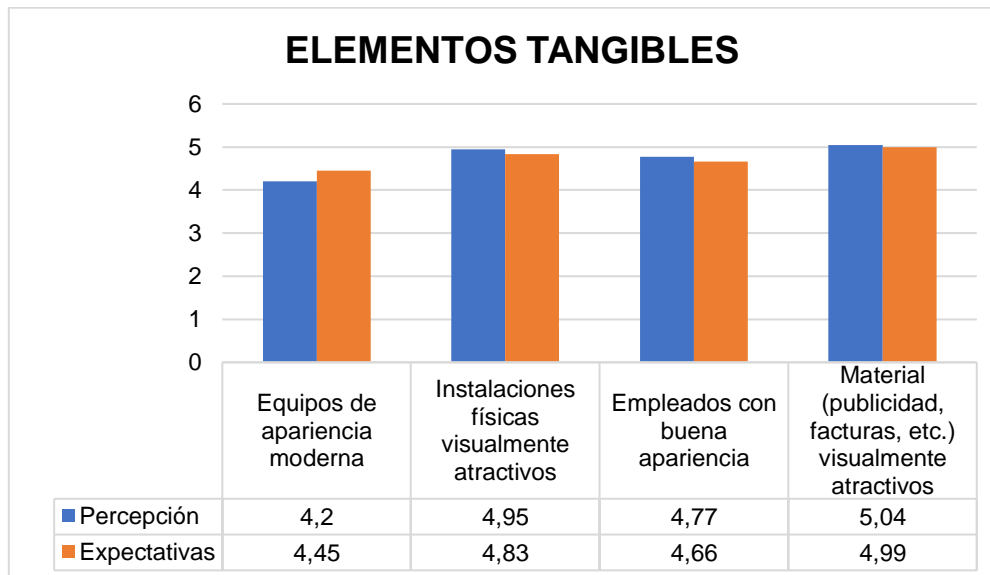
Dimensión elementos tangibles

Preguntas	Promedio Perspectivas	Promedio Expectativas	Brechas P-E	%
ELEMENTOS TANGIBLES				
Equipos de apariencia moderna	4,2	4,45	-0,25	
Instalaciones físicas visualmente atractivos	4,95	4,83	0,12	0,0075
Empleados con buena apariencia	4,77	4,66	0,11	
Material (publicidad, facturas, etc.) visualmente atractivos	5,04	4,99	0,04	

Elaborado por: La autora

Figura 3.1

Elementos tangibles



Elaborado por: La autora

Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizada se puede determinar que el usuario tiene una expectativa de los equipos de la empresa eléctrica de 4,45 ante una percepción de 4,20 por lo que existe una brecha de -0.25 lo cual esto indica que a pesar de tener una buena perspectiva aún tiene una baja calidad en cuanto a los equipos, lo cual es necesario para ofrecer un buen servicio a la ciudadanía ya que cada entidad que brinda este servicio son responsables de contar con los implementos tecnológicos así como el personal humano capacitado para así brindar un servicio eficiente a la ciudadanía; En cuanto a las instalaciones físicas, empleados con buena apariencia, materiales visualmente atractivos obtiene brechas positivas, es decir, el usuario manifiesta que se siente satisfecho lo cual indica un nivel alto de calidad.

Tabla 3.2

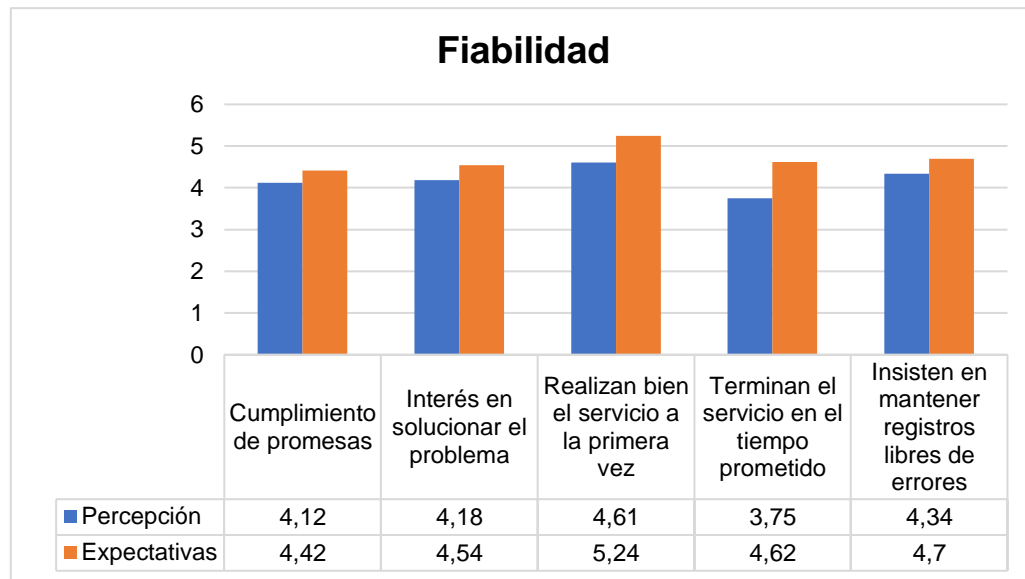
Dimensión Fiabilidad

Preguntas	Promedio Perspectivas	Promedio Expectativas	Brechas P-E	%
FIABILIDAD				
Cumplimiento de promesas	4,12	4,42	-0,30	
Interés en solucionar el problema	4,18	4,54	-0,36	
Realizan bien el servicio a la primera vez	4,61	5,24	-0,63	-0,50
Terminan el servicio en el tiempo prometido	3,75	4,62	-0,87	
Insisten en mantener registros libres de errores	4,34	4,7	-0,36	

Elaborado por: La autora

Figura 3.2

Dimensión Fiabilidad



Elaborado por: La autora

Interpretación:

De acuerdo a los resultados de los usuarios encuestados manifiesta que la empresa eléctrica no está cumpliendo con sus expectativas en el tema de fiabilidad ya que tiene un bajo nivel de la calidad y sus expectativas no están siendo satisfechas, lo cual indica en esta dimensión que la empresa no cumple con los tiempos que prometen cumplir sus trabajos generando un descontento en los usuarios, causando malestar e inclusive algo más extremo el daño de algún electrodoméstico por ello es necesario que la empresa cumpla con los tiempos establecidos a la hora de realizar el trabajo ya que existe una brecha de insatisfacción del -0.87 siendo el más alto en esta dimensión, no muestra interés en solucionar los problemas existiendo una brecha de -0.36, por lo que es necesario brindar las soluciones para el progreso y desarrollo de la empresa.

Tabla 3.3

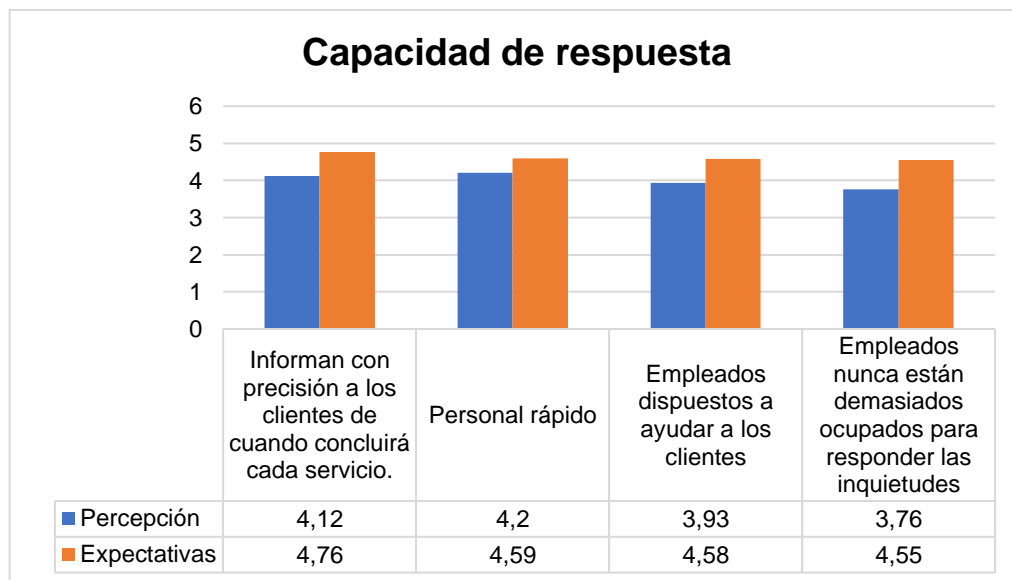
Dimensión Capacidad de respuesta

Preguntas	Promedio Perspectivas	Promedio Expectativas	Brechas P-E	%
CAPACIDAD DE RESPUESTA				
Informan con precisión a los clientes de cuando concluirá cada servicio.	4,12	4,76	-0,64	
Personal rápido	4,2	4,59	-0,39	
Empleados dispuestos a ayudar a los clientes	3,93	4,58	-0,65	-0.62
Empleados nunca están demasiados ocupados para responder las inquietudes	3,76	4,55	-0,79	

Elaborado por: La autora

Figura 3.3

Dimensión Capacidad de respuesta



Elaborado por: La autora

Interpretación:

De acuerdo a los resultados los que tienen mayor brecha de insatisfacción es que la empresa eléctrica no informa con precisión a los clientes de cuando concluirá el servicio con una brecha existente de -0.64 por lo cual sienten un descontento por lo que es importante demostrar puntualidad y así que la empresa demuestre que está comprometido con el usuario ya que los usuarios encuestados afirman también que no existe la debida comunicación entre clientes y empresa ya que no todos los usuarios tienen redes sociales, por lo que los usuarios no pueden planificar con anticipación las actividades que van a realizar o el cuidado de sus electrodomésticos. Además que los empleados nunca están demasiados ocupados para solventar cualquier inquietud con una brecha existente de -0.79, en la que existe menor brecha es en que el personal proporciona un servicio rápido por lo que es necesario que la empresa brinde una capacidad de respuesta eficiente para así mejorar el servicio.

Tabla 3.4

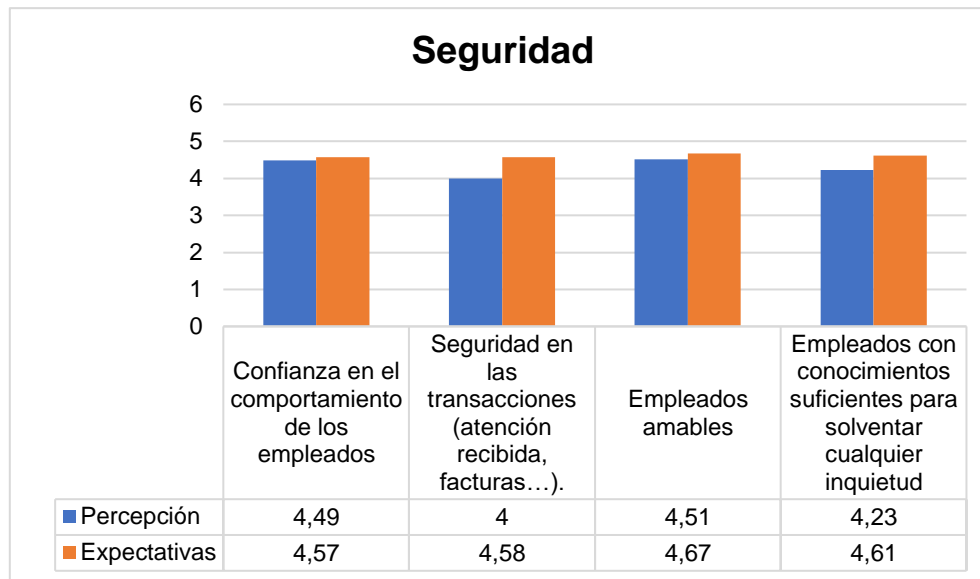
Dimensión Seguridad

Preguntas	Promedio Perspectivas	Promedio Expectativas	Brechas P-E	%
SEGURIDAD				
Confianza en el comportamiento de los empleados	4,49	4,57	-0,08	
Seguridad en las transacciones (atención recibida, facturas...).	4	4,58	-0,58	
Empleados amables	4,51	4,67	-0,16	-0.30
Empleados con conocimientos suficientes para solventar cualquier inquietud	4,23	4,61	-0,38	

Elaborado por: La autora

Figura 3.4

Dimensión Seguridad



Elaborado por: La autora

Interpretación:

De acuerdo a los resultados se puede apreciar que el usuario demuestra una insatisfacción en esta dimensión ya que existen brechas negativas y con un alto valor de -0.58 en que los usuarios no se encuentran seguros al momento de realizar las transacciones en la empresa, debido a que existe esa desconfianza, por lo que es necesario tomar los correctivos necesarios a fin de recuperar la confianza que deposita el cliente a la empresa, otra brecha alta es que los empleados no cuentan con conocimientos suficientes para solventar cualquier inquietud con una brecha de -0.38 lo cual este desconocimiento general por parte de los trabajadores sobre los servicios que ofrece la empresa causando un descontento general en los usuarios por lo que en este aspecto se debe e tomar los correctivos necesarios a fin de que los empleados puedan brindar un mejor servicio a la ciudadanía ya que toda empresa debe de contar con personal capacitado que cuente con los conocimiento necesarios para resolver los diferentes inquietudes de la comunidad; en la que

existe una menor brecha es en la confianza en el comportamiento de los empleados ya está próximo a cumplirse con las expectativas que tiene el usuario.

Tabla 3.5

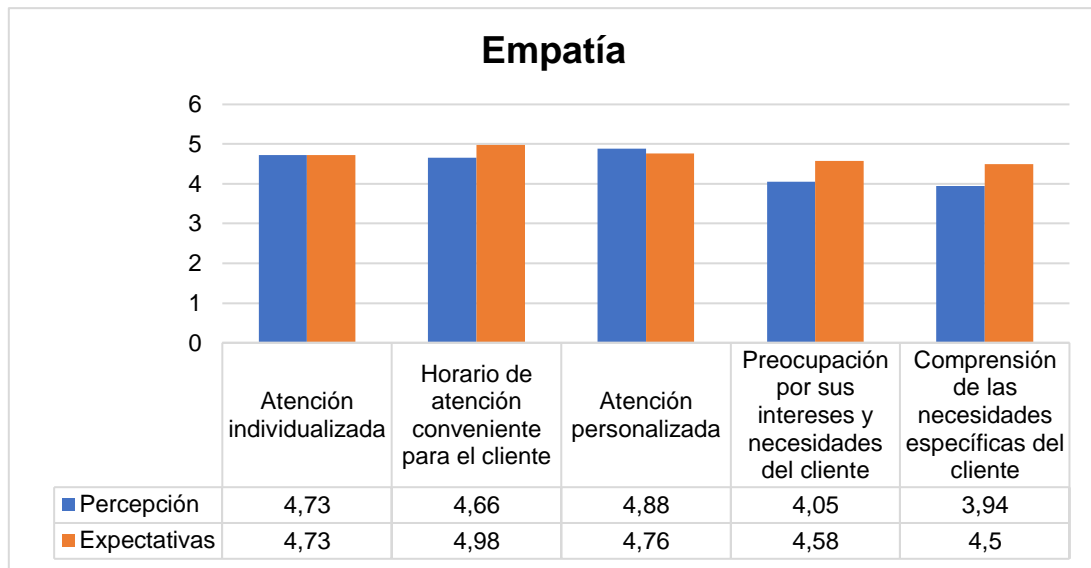
Dimensión Empatía

Preguntas	Promedio Perspectivas	Promedio Expectativas	Brechas P-E	%
EMPATIA				
Atención individualizada	4,73	4,73	0	
Horario de atención conveniente para el cliente	4,66	4,98	-0,32	
Atención personalizada	4,88	4,76	0,12	-0.26
Preocupación por sus intereses y necesidades del cliente	4,05	4,58	-0,53	
Comprensión de las necesidades específicas del cliente	3,94	4,5	-0,56	

Elaborado por: La autora

Figura 3.5

Dimensión Empatía



Elaborado por: La autora

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia que en esta dimensión se está cumpliendo con los niveles de calidad en cuanto a que están brindando una atención individualizada y atención personalizada aunque también se evidencia que aún no se cumple con las expectativas de los usuarios en cuanto a la preocupación de cuidar los intereses de los usuarios con una brecha de -0.53, ya que el cuidar el interés ciudadano debe ser uno de los objetivos de la empresa para que pueda continuar brindando sus servicios a la comunidad, otra brecha negativa es la comprensión de las necesidades con una brecha de - 0.56 por lo que es importante una adecuada atención, planillas acordes al consumo, cumplir con los trabajos a tiempo a fin de cambiar la imagen que tiene la empresa con los usuarios; el horario de atención tiene una brecha de -0.32 por lo que es necesario atender esta problemática para el buen funcionamiento de la empresa.

Tabla 3.6

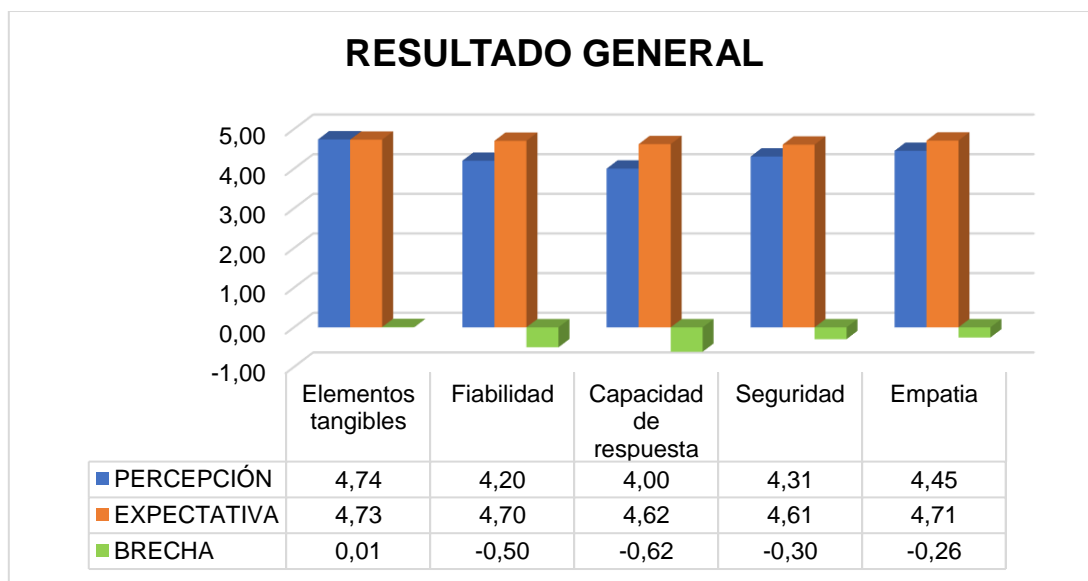
Índice de calidad del servicio

DIMENSIÓN	PERCEPCIÓN	EXPECTATIVA	BRECHA
			P-E
Elementos tangibles	4,74	4,73	0,01
Fiabilidad	4,20	4,70	-0,50
Capacidad de respuesta	4,00	4,62	-0,62
Seguridad	4,31	4,61	-0,30
Empatía	4,45	4,71	-0,26

Elaborado por: La autora

Figura 3.6

Resultado general por dimensiones



Elaborado por: La autora

Interpretación:

En el grafico se presenta todos los promedios tanto para las percepciones como para las expectativas de cada dimensión y como resultado se obtuvo que en todas las dimensiones existe brechas negativas con la excepción de la dimensión de elementos tangibles en la cual indica que se están cumpliendo con las expectativas que tiene el usuario, no así en el resto de dimensiones lo cual esto indica que existe un bajo nivel de calidad demostrando con esto que no se está logrando superar las percepciones en cuanto a las expectativas y por lo tanto no hay satisfacción del usuario. En la que existe mayor brecha es en la dimensión de capacidad de respuestas con una brecha existente de -0.62 seguida por la dimensión de fiabilidad que tiene una brecha de -0.50 por esta razón es necesario que la empresa eléctrica mejore las percepciones de los usuarios ya que las expectativas de los usuarios son media alta.

Se evidenció que el nivel de satisfacción del usuario es del 62% lo cual indica que tiene una aceptabilidad media alta lo cual la empresa eléctrica debe de establecer medidas correctivas para seguir mejorando la percepción del usuario y llegar a ser una empresa eléctrica de excelencia ya que las expectativas de los usuarios no están siendo satisfechas en su totalidad por la empresa.

Objetivo específico 1

Evaluar la incidencia de los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal.

Tabla 3.7

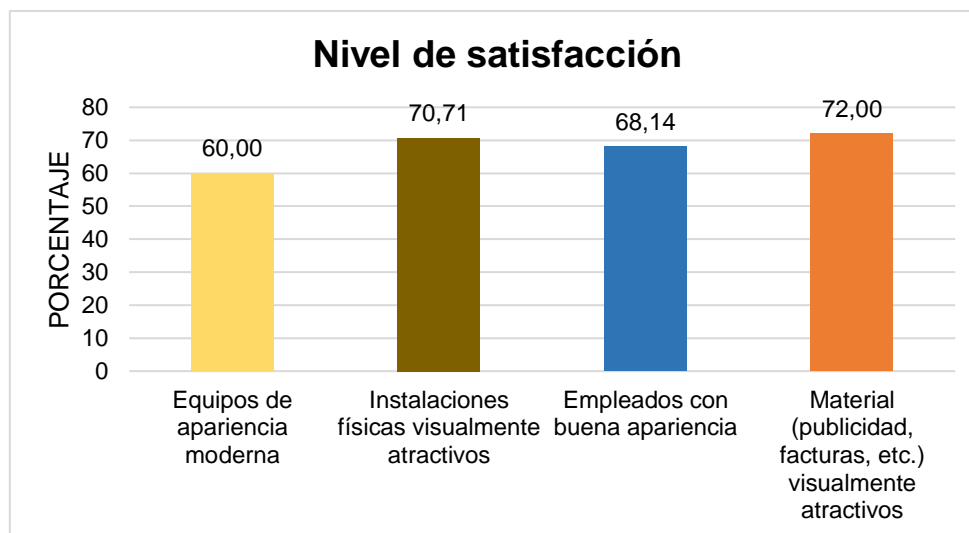
Dimensión de los elementos tangibles

DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES		
Preguntas	Promedio Perspectivas	Nivel de satisfacción
Equipos de apariencia moderna	4,2	60,00
Instalaciones físicas visualmente atractivos	4,95	70,71
Empleados con buena apariencia	4,77	68,14
Material (publicidad, facturas, etc.) visualmente atractivos	5,04	72,00

Elaborado por: La autora

Figura 3.7

Nivel de satisfacción de la dimensión elementos tangibles



Elaborado por: La autora

Interpretación:

Las encuestas fueron realizadas de acuerdo al modelo Servqual, en donde se pudo determinar el grado de afectación en base al porcentaje de respuesta obtenido por parte de los clientes, que inciden los elementos tangibles para los clientes de la empresa.

En lo que respecta a esta dimensión de elementos tangibles lo cual corresponde a los equipos que tiene el establecimiento teniendo un nivel de satisfacción de 60%, además la percepción acerca de la infraestructura que es del 70.71%, la percepción sobre la apariencia de los empleados con un nivel de la satisfacción del 68.14% y por último la percepción de la apariencia visual sobre los materiales relacionados con el servicio como facturas, publicaciones, entre otros es del 72%.

Esto indica que de manera general en esta dimensión los usuarios se sienten satisfechos en un 68% sin embargo aún falta para llegar a ser una empresa de excelencia por lo que es importante considerar este aspecto ya que es fundamental para fin de brindar un buen servicio a la ciudadanía, y así evitar quejas a los usuarios ya que esto influye en la calidad del servicio.

Objetivo específico 2

Establecer cuál es el efecto de la dimensión fiabilidad en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal.

Tabla 3.8

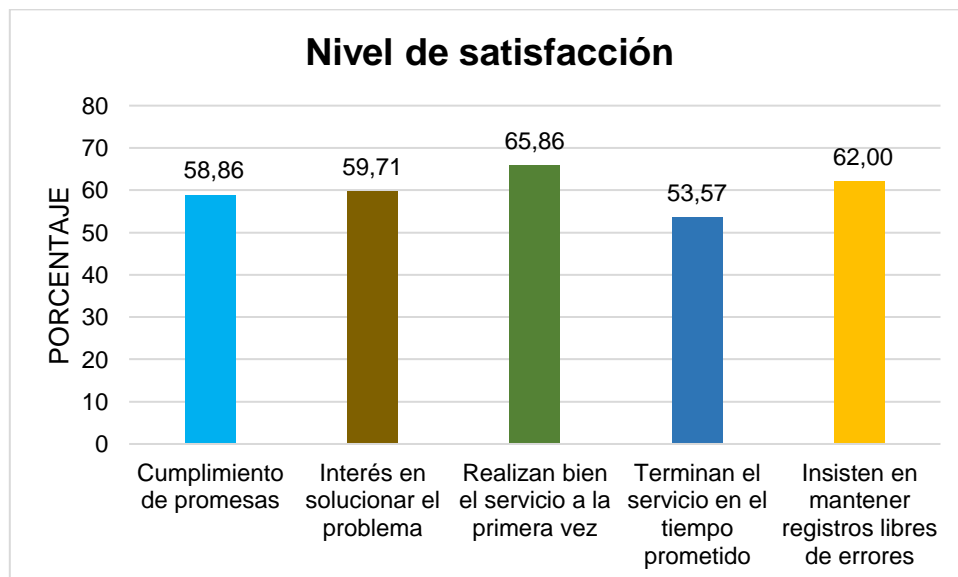
Dimensión de Fiabilidad

DIMENSIÓN: FIABILIDAD		
Preguntas	Promedio Perspectivas	Nivel de satisfacción
Cumplimiento de promesas	4,12	58,86
Interés en solucionar el problema	4,18	59,71
Realizan bien el servicio a la primera vez	4,61	65,86
Terminan el servicio en el tiempo prometido	3,75	53,57
Insisten en mantener registros libres de errores	4,34	62,00

Elaborado por: La autora

Figura 3.8

Nivel de satisfacción de la dimensión Fiabilidad



Elaborado por: La autora

Interpretación:

En la dimensión de fiabilidad con respecto al cumplimiento de promesas el nivel de satisfacción es del 58.86% seguido por el interés en solucionar las cosas es del 59.71% de satisfacción, los empleados realizan bien el trabajo a la primera vez es de un 65.86%, en cuanto terminan el servicio en el tiempo prometido es del 53.57% y por último si insisten en mantener registros libres de errores es del 62% de satisfacción. Sin embargo, existieron usuarios que manifestaron su inconformidad en cuanto a que la empresa no termina el servicio en el tiempo establecido es por esto que no transmite confianza en sus usuarios. Al analizar la fiabilidad los usuarios se sienten satisfechos en un 60% lo que esto indica que la empresa es medianamente excelente por lo que es importante que la empresa transmita confianza a sus usuarios ya que los usuarios desean que la empresa cumpla con los trabajos a tiempo, siendo esto un punto a cambiar dentro de la institución, pues transmite una mala imagen a la ciudadanía.

Objetivo específico 3

Analizar la influencia que tiene la dimensión Seguridad en la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELEGALPAGOS en el cantón San Cristóbal.

Tabla 3.9

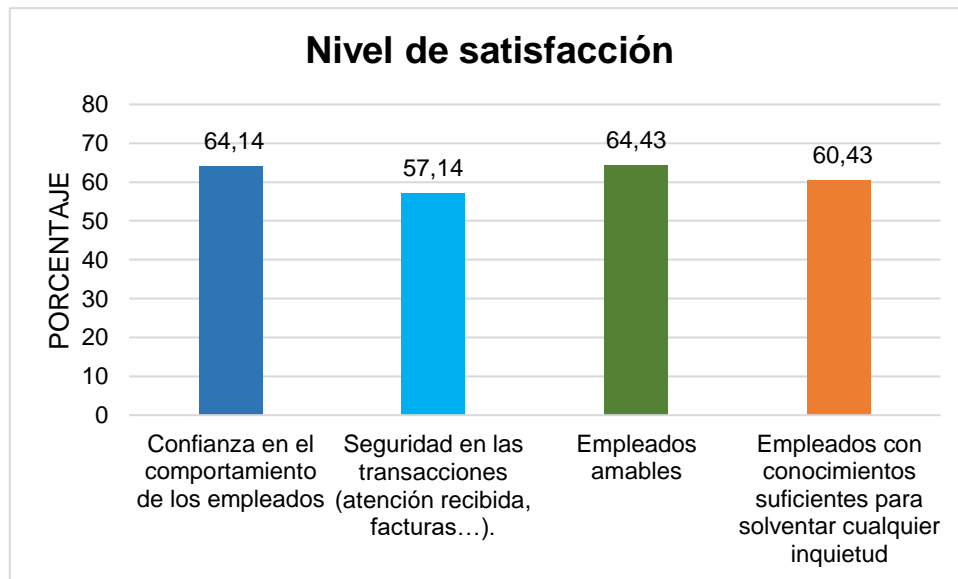
Dimensión de Seguridad

DIMENSIÓN: SEGURIDAD		
Preguntas	Promedio Perspectivas	Nivel de satisfacción
Confianza en el comportamiento de los empleados	4,49	64,14
Seguridad en las transacciones (atención recibida, facturas...).	4	57,14
Empleados amables	4,51	64,43
Empleados con conocimientos suficientes para solventar cualquier inquietud	4,23	60,43

Elaborado por: La autora

Figura 3.9

Nivel de satisfacción de la dimensión seguridad



Elaborado por: La autora

Interpretación:

En lo que respecta a la dimensión de seguridad los usuarios manifestaron un nivel de satisfacción del 62% lo cual significa que es medianamente excelente en lo cual la confianza que el usuario tiene en el comportamiento del empleado es del 64.14%, la seguridad en las transacciones como atención recibida, factura es del 57.14%, empleados amables del 64.43% de satisfacción y por último el grado de conocimiento que tiene el personal de atención al cliente es del 60.43% de satisfacción.

De acuerdo a la percepción que tienen los clientes de la empresa consideran que no se encuentran seguros al momento de realizar sus transacciones en la empresa; el servicio, la seguridad, así como las comodidades que brinda la organización a los usuarios es algo que se va perdiendo es por esto que se debe de recuperar la confianza de los usuarios ya que la confianza va de la mano con el trabajo, siendo

este un pilar fundamental para los clientes, al estar seguros de los servicios que ofrece la empresa, estos se verán reflejados en un mejor desarrollo económico y progreso de sus actividades.

Los usuarios deben de tener los conocimientos necesarios para responder cualquier inquietud de los usuarios ya que la satisfacción del usuario en cuanto al servicio que brinda la empresa eléctrica no llena las expectativas de los usuarios ya que es un anhelo de los clientes poder contar con trabajadores capacitados para poder resolver las diferentes inquietudes de cada uno de los usuarios que diariamente acuden a la empresa en busca de una solución a sus problemas

Un cliente seguro es un cliente satisfecho, el brindarles seguridad a sus usuarios genera tranquilidad y esto se ve reflejado en el crecimiento y progreso de la empresa, no solo en el aspecto económico, sino en su organización y desarrollo administrativo, por lo que está claramente reflejado que estos aspectos van de la mano para ofrecer un mejor servicio a la ciudadanía.

Objetivo específico 4

Determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal.

La pregunta No. 21 referente al campo de la percepción, denota un claro desinterés de parte de los trabajadores de la empresa, así lo da a notar los resultados con el 30%, de los encuestados, quienes supieron manifestar su desaprobación con el trato que reciben del personal.

La misma pregunta No. 21 pero en el campo de la expectativa, es un claro ejemplo de cómo desea recibir el trato los clientes por parte de la empresa, siendo otro aspecto que debe de trabajar arduamente para mejorar el servicio brindado a la comunidad.

La pregunta No. 22 manifiesta que los trabajadores al poseer los conocimientos necesarios deben ir un paso más delante de los clientes al comprender sus necesidades, siendo uno de los diferentes problemas que en la actualidad se generan en la institución, así lo han reflejado los usuarios con el 40% de desaprobación.

En cuanto a la expectativa la misma pregunta No.22 señala con el 55% que es un anhelo por parte de los clientes, que desean y aspiran un mejor servicio por parte de la institución en la cual ellos confían pueda resolver las diferentes problemáticas que vienen afectando su normal funcionamiento.

El cuidar el interés ciudadano debe ser uno de los objetivos de la empresa, al ser sus principales clientes, quienes aportan para que la entidad tenga solvencia financiera y pueda continuar brindando sus servicios a la comunidad, es por esto

que cuidar los intereses, es prioridad primordial de las máximas autoridades de la institución.

Un servicio excelente genera clientes satisfechos con la empresa, es lo que en la actualidad desea recuperar la institución, transformando la imagen actual que proyecta a la ciudadanía, por lo que es necesario efectuar cambios que ayuden a mejorar la percepción y expectativa de los usuarios hacia la institución, puesto que el servicio con la satisfacción de los clientes se encuentra estrechamente relacionados.

Todos estos aspectos antes mencionados, servirán de mucha importancia para elaborar una propuesta que brinde las soluciones respectivas a la empresa y por ende a la ciudadanía, recibiendo el trato que estos merecen.

CAPITULO IV

PROPUESTA DE UN PLAN DE ACCIÓN

4.1 Justificación

El desarrollo del presente trabajo se justifica debido a la importancia que tiene en sí su implementación, repercutiendo de manera positiva con los cambios que sean necesarios implementar para que exista una mejora sustancial en la institución, es decir contar con personal que se encuentre dispuesto a realizar el trabajo para el cual fue contratado, que se sienta integrado y parte de la empresa, encontrándose motivado para cumplir su jornada laboral.

Es importante destacar que se deben de efectuar cambios que brinden una solución a las problemáticas que de acuerdo a las encuestas efectuadas en la actualidad afectan a la empresa, de esta manera poder brindar un mejor servicio a la ciudadanía.

Figura 4.1: *Instalaciones de ELECGALAPAGOS*



Elaborado por: *La autora*

4.2 Desarrollo

El propósito del presente trabajo es llevar a cabo mejoras sustanciales que ayuden a lograr un funcionamiento eficiente y eficaz para la empresa, teniendo como objetivo mejorar el servicio al cliente, lo cual va de la mano con el clima laboral, para lo cual se plantean los siguientes cambios en la empresa.

4.3 Dimensiones de calidad

Para el desarrollo de la propuesta se plantea ir mejorando cada una de las dimensiones que conforman el modelo SERVQUAL, que en este caso son las dimensiones de calidad, las cuales se detallan a continuación:

- Dimensión de elementos tangibles.
- Dimensión de fiabilidad.
- Dimensión de capacidad de respuesta.
- Dimensión de empatía.
- Dimensión de seguridad.

Dimensión de elementos tangibles. – Esta dimensión fue calificada de una manera buena lo cual señala que existe una calidad positiva sin embargo entre las dimensiones de elementos tangibles se han planteado alternativas que son requeridas con mayor prioridad por parte de los clientes, como son las instalaciones físicas que se encuentren en buen estado, la adopción de tecnologías más eficiente para asegurar un suministro confiable y de calidad que faciliten la atención del usuario, además del personal que se encuentren presentables a la hora de efectuar sus funciones para lo que se plantea lo siguiente:

Instalaciones físicas visualmente atractivas. - ELECGALAPAGOS se encargará de señalizar cada una de las áreas de trabajo, de esta manera contar con señalética que les permita identificar y reconocer a los clientes hacia donde deben de dirigirse para realizar la actividad para la cual acude a la empresa, y a su vez al personal nuevo que labora en la institución, conocer los diferentes departamentos que conforman la estructura de la organización, de esta manera brindar a la ciudadanía una entidad presentable y visualmente atractiva a los ojos de los usuarios ya que las instalaciones eléctricas deben cumplir con estándares de calidad y seguridad para garantizar un suministro estable y seguro. Cualquier deficiencia en estas infraestructuras puede afectar negativamente la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

Figura 4.2: *Señalización de la empresa*



Elaborado por: *La autora*

Empleados con buena apariencia. – La imagen que el personal proyecta hacia la comunidad, es la principal idea que se llevan los clientes al visitar una empresa, es por esto que los trabajadores de ELECGALAPAGOS, deben contar con su respectivo uniforme que les permita identificarse como trabajadores de la misma, además de sus credenciales para que puedan identificarse a la hora de realizar cualquier tipo de trabajo en el campo. Para ello la empresa dotara de uniformes tanto para el personal administrativo como para el personal operativo, así como el kit de herramientas que deben de utilizar para sus trabajos, de esta manera contar con personal predispuesto a llevar a cabo sus actividades de manera eficiente y eficaz.

Figura 4.3: *Personal uniformado*



Fuente: *Páginas web*

Elaborado por: *La autora*

Dimensión de fiabilidad. – La puntuación para esta dimensión fue baja por lo que existen puntos que la empresa debe de cumplir para recuperar la credibilidad que ha perdido para con sus clientes, entre esos puntos se encuentran el cumplimiento de promesas, realizar bien el trabajo a la primera, terminar el servicio en el tiempo

prometido, estos aspectos son los que mayor repercusión tienen con los clientes y para lo cual la empresa plantea las siguientes alternativas.

Cumplir con los trabajos a tiempo. - Una manera de cumplir con los usuarios es programar los trabajos de mantenimiento que se vayan a realizar durante el mes, estimando un tiempo de culminación de los mismos en el cual se incluya un lapso determinado para cualquier tipo de imprevistos, lo que evitara el malestar del cliente al indicar que dichos trabajos tomaran un determinado tiempo en su culminación pero por alguna razón demoren más en culminarlos, ocasionando que los usuarios comiencen con las críticas por diferentes medios, como lo son las redes sociales.

Al cumplir los trabajos en el tiempo establecido y que la empresa minimice la frecuencia y duración de las interrupciones en el suministro eléctrico, el cliente ira recuperando esa credibilidad que toda empresa debe tener, sobre todo una que ofrece un servicio a toda una población.

Realizar bien el trabajo a la primera. - Es importante que la empresa al realizar los trabajos los realice con personas que tengan un vasto conocimiento del área, para que asi puedan culminar los trabajos a la primera inspección. Para esto se han designados jefes de cuadrilla con alta experiencia en todo tipo de trabajos en empresas que ofrecen el servicio de energía eléctrica, haciendo inspecciones previas por todo el cantón donde existen clientes de la empresa, de esta manera se reconoce primeramente el área donde se va a intervenir para posteriormente programar los trabajos en el día y hora establecida. Cumpliendo no solo con el cliente, sino con la programación establecida por el área pertinente.

Cumplimiento de promesas. – Al cumplir una o varias metas propuestas, la máxima autoridad de la empresa puede compensar al trabajador o equipo de trabajo

a un día libre por haber alcanzado el objetivo trazado, esto es una manera de incentivar al trabajador a esforzarse por realizar su trabajo. Este día no será descontando de sus vacaciones, sino que se procederá a justificarlo en base al esfuerzo por el trabajo realizado.

Dimensión de capacidad de respuesta. – Con respecto a esta dimensión obtuvo la puntuación más baja es decir que tiene la mayor brecha de calidad en el servicio de todas las dimensiones por lo que se propone que la empresa al contar con una base de datos de todos sus clientes, es por esto que, al momento de realizar trabajos de mantenimiento de las plantas generadoras de energía, dependiendo de la magnitud y duración del trabajo a realizarse, el departamento de comunicación de la empresa, tiene la obligación de comunicar a la ciudadanía con 6 o 7 días de anticipación, de esta manera la comunidad puede prepararse con antelación durante las horas que duren los trabajos es por ello que es necesario que la empresa implemente más canales de comunicación entre usuarios y ciudadanía como por ejemplo plataformas digitales, llamadas telefónicas, mensajes de texto.

En el caso de trabajos que se presenten como imprevistos, la empresa emitirá comunicados mediante mensaje de texto, páginas web o redes sociales a fin de que los ciudadanos conozcan la emergencia que se han suscitado y el porqué de los cortes de luz que se han presentado. Es deber de la institución comunicar a través de fuentes oficiales o en dichos casos puede hacer uso de los medios de comunicación locales (radios, canales de tv, canales digitales) para el conocimiento de la ciudadanía en general.

Los jefes departamentales tienen la obligación de designar tareas específicas a su personal, en base al cargo que cada uno desempeñe, de esta manera no debe existir personal de atención al cliente que se encuentre con sobre carga laboral y por este motivo no pueda atender a los clientes. El área de atención al cliente se

encuentra debidamente señalizada para que no exista una desorientación por parte de los clientes, además que se dé uso al turnero, el cual indica al usuario la ventanilla del trabajador que le corresponde atenderlo, una vez que el mismo haya podido atender al usuario respectivo, de esta manera brindar un mejor servicio a cada cliente de la empresa.

Es importante también que la empresa eléctrica cuente con empleados que estén siempre dispuestos a ayudar a los clientes esto implica que el empleado debe escuchar activamente las necesidades y preocupaciones del usuario, debe de tener una actitud amable y empática, así como también poder ofrecer soluciones adecuadas. Los empleados deben estar siempre capacitados para resolver cualquier problema o inquietud que se presente en cualquier momento y con esto poder mejorar la satisfacción del usuario.

Además, la empresa debe de mejorar los procesos internos para mejorar la efectividad y eficiencia operativa, esto se logra a través de la estandarización, mapeo, optimización, y automatización de los procesos internos, así como también la mejora continua, eliminación de tareas innecesarias, fomentar la colaboración y comunicación con el equipo, establecer indicadores de rendimientos e implementación de estrategias adecuadas. Involucrar a los clientes en la mejora de los procesos internos también es importante ya que los usuarios pueden proporcionar información útil acerca de sus expectativas y percepciones.

Dimensión de empatía. – Esta dimensión está vinculada con los siguientes aspectos.

- Horarios de atención.
- Comprensión de las necesidades del cliente.

Horarios de atención. - La empresa cuenta con un horario de entrada y salida para su personal, mientras que para los clientes es el siguiente:

- Atención al público 8:30am a 5:00pm.
- Ventanillas recaudadoras 8:30 a 5pm.

Se determinó un tiempo de media hora para que el personal pueda dejar en orden sus puestos de trabajo, mientras que en el caso de las cajas recaudadoras para que los trabajadores puedan hacer el cuadro de caja respectivo, este horario es establecido para el personal que desempeña sus funciones en las áreas de atención al cliente.

Comprensión de las necesidades del cliente. – Cada trabajador se encuentra en las condiciones necesarias de brindar una buena atención, es por esto que el jefe del área de atención al cliente, implemente un equipo que permita a los clientes que acuden a la empresa, hacer uso de este equipo, el cual permite evaluar la atención recibida, el que tendrá las opciones: Excelente, Muy buena, Buena, Regular y Mala.

Los clientes una vez culminada su atención procederán a calificar el desempeño del trabajador en base a como consideran ellos que fueron atendidos, de esta manera se procede a evaluar a los trabajadores en base al desempeño y desenvolvimiento que estos realicen con los clientes.

De esta manera la empresa busca erradicar las quejas constantes que han tenido por parte de los clientes, si bien es cierto que existen clientes un poco agresivos, el trabajador deberá siempre mantener la calma y cordura, sobre todo el respeto para que pueda llevar de una óptima manera la atención al cliente.

Dimensión de seguridad. – Esta dimensión se encarga de analizar puntos importantes con respecto al trato y comportamiento del personal para con los clientes, teniendo como prioridad los siguientes puntos.

- Confianza en el comportamiento de los empleados.
- Empleados con los conocimientos suficientes para solventar cualquier inquietud.
- Seguridad en las transacciones.

Confianza en el comportamiento de los empleados. – El personal que labora en la empresa posee un comportamiento de respeto constante hacia los clientes y con los miembros de la empresa, siendo cordiales y de buen tacto. La empresa estableció un reglamento interno, el cual indica entre otras cosas las obligaciones y prohibiciones de cada trabajador, de esta manera el reglamento norma el comportamiento de todo el personal de la entidad, dicho reglamento se encuentra en detalle en los siguientes puntos del tema desarrollado.

Empleados con los conocimientos necesarios. – Para este punto se plantea lo siguiente.

Capacitación al personal

Una de las falencias que tiene la empresa, así como lo dieron a notar las encuestas, es la atención que el personal brinda a los usuarios, la cual no es muy buena, pues los clientes encuestados manifestaron que el personal que atiende no ofrecen un buen servicio, además que no brindan una solución a las quejas e inconvenientes con los que acuden a la institución, esto debido a la ausencia de capacitaciones que hayan sido brindadas al personal de la empresa por parte de las máximas

autoridades de la misma, siendo un descuido total hacia el talento humano que es la principal herramienta y baluarte que tiene toda organización.

Las capacitaciones son de vital importancia para toda institución pues permite brindar al personal de la empresa, los conocimientos necesarios para desempeñar sus actividades cotidianas, además de la seguridad de brindar soluciones concretas a los clientes de la entidad.

Para esto se ha planteado un plan de capacitaciones, el cual tiene como finalidad solucionar una de las problemáticas que tiene la empresa con respecto a la atención y desconocimiento general que poseen los empleados en cuanto al funcionamiento de la institución.

Tabla 4.1: *Capacitación al personal*

Descripción	Cantidad	Duración
Atención al cliente	1 vez al año	2 días
Requisitos para instalar un medidor	1 vez al año	2 días
Servicios eléctricos	1 vez al año	2 días
Normas de comportamiento	1 vez al año	2 días
Técnicas de atención al usuario	1 vez al año	2 días
Motivación laboral	1 vez al año	2 días
Conocimientos básicos de ELEGALPAGOS	1 vez al año	2 días

Elaborado por: *La autora*

Figura 4.4: *Capacitaciones ELECGALAPAGOS*



Fuente: *Páginas web*

Elaborado por: *La autora*

Seguridad en las transacciones. – Los clientes acuden a la empresa no solo a requerir algún servicio, sino a su vez a cancelar el consumo de energía eléctrica, es necesario que la empresa brinde seguridad en sus transacciones que realizan, es por esto que se han establecido alternativas de pago a través de la página web de la institución, en donde se pueda cancelar el consumo mensual de energía a través de débito de su cuenta bancaria, de esta manera el cliente no acude a las instalaciones, otra alternativa es que se implemente más puntos de pagos lo cual es necesario contar con alternativas a la hora de cancelar el servicio.

La empresa debe además de contar con guardias de seguridad, mismos que se encuentren capacitados y posean las habilidades necesarias para brindar seguridad a los clientes como al personal de la empresa.

Es fundamental fomentar la confianza en los empleados, ya que son el pilar fundamental para garantizar la seguridad en todas las operaciones. Esto se logra a través de la capacitación constante en temas de seguridad, promoviendo un ambiente laboral seguro y estableciendo protocolos.

4.4 Reglamento interno

Toda empresa o institución posee un reglamento interno, el cual establece normativas internas sobre cómo debe comportarse o no el personal en cada una de sus áreas de trabajo, el horario de entrada y salida, el uso del uniforme y demás normativas que varían dependiendo de la entidad, a continuación, se detallan los parámetros que se buscan implantar en la empresa con la finalidad de mejorar el servicio y a su vez el clima laboral.

Prohibiciones del trabajador

- Ingerir bebidas alcohólicas en horas de trabajo o presentarse a trabajar en estado de embriaguez.
- Prohibido llevar a cabo rifas, colectas, sorteos, con propósitos totalmente ajenos al de la institución.
- Realizar tareas extrañas a las asignadas.
- Ausentarse sin permiso y registrar la asistencia de otros trabajadores.
- Hacer cualquier tipo de publicidad proselitista durante las horas de trabajo.
- Promover escándalos en los lugares de trabajo o cualquier otro acto público o privado, reñido a la moral y a las buenas costumbres.
- No sujetarse a la fecha señalada para que el trabajador pueda hacer uso de sus vacaciones.
- Portar cualquier clase de armas durante las horas de trabajo a excepción del personal que tiene autorización para hacerlo, como por ejemplo la guardiana privada.

- Delegar tareas a otras personas sin autorización por el trabajo que le ha sido encomendado.
- Participar en juegos de azar durante las horas de trabajo.
- Poner dibujos obscenos o insultos en las paredes de la empresa.
- Negarse a trabajar en las horas que le fueron asignadas.
- Propagar rumores falsos que vengán en desprestigio de la empresa, representantes de ella o de sus superiores.
- No dar aviso oportuno a sus superiores a sus atrasos, falta de asistencia, infracción cuando tiene la obligación de hacerlo.
- Quedarse dormido en horas de trabajo.
- Utilizar un lenguaje indecoroso al dirigirse a sus compañeros de trabajo y superiores.
- Incumplimiento de medidas sanitarias, higiénicas, de seguridad y prevención, implementadas por la máxima autoridad de la empresa, así como la no utilización de las herramientas adecuadas de trabajo.

Obligaciones del trabajador

A continuación, se detallan las obligaciones que posee el trabajador para con la empresa.

- Defender los intereses de ELECGALAPAGOS, evitando perjuicios y daños a la institución.
- Mantener la más estricta disciplina en el trabajo.
- El personal que sea separado de sus labores por incumplimiento de sus deberes, deberá devolver al área correspondiente los útiles, implementos, materiales y enseres que se hubieren entregado para el desempeño de sus funciones.
- Observar las medidas de higiene y de salud.

- Respetar a sus superiores y guardar la más completa armonía con sus compañeros de trabajo, evitar provocar escándalos y riñas en sus áreas de labores, así como desatender sus obligaciones o dedicarse a jugar y realizar actividades extrañas a las designadas por la máxima autoridad de la institución.
- Dar aviso dentro de las 24 horas al funcionario correspondiente de la falta de asistencia de un servidor. En caso de enfermedad el personal está obligado a dar parte dentro del mismo plazo, por cualquier medio a la persona indicada para el efecto, quien a su vez se encargará de comunicar a la persona encargada de Talento humano, para que justifique las faltas previa comunicación, o a través del certificado médico otorgado por el IESS o unidades del área de salud pública.
- Llegar sin atraso a sus labores.
- Comunicar a sus inmediatos superiores, cualquier daño o novedad que se produzca en los bienes de la empresa, aun en aquellos que no se encuentren bajo su responsabilidad directa.
- Uso adecuado del uniforme, herramientas de trabajo, así como también los demás implementos utilizados de acuerdo al tipo de actividad laboral que realicen en sus áreas de trabajo.
- Cumplir las órdenes e instrucciones emitidas por los jefes inmediatos superiores con eficiencia y responsabilidad. Atender al público con diligencia oportunidad y cortesía.
- Prestar oportunamente la colaboración necesaria a sus superiores y compañeros en el momento en que será requerido al trabajador.
- Responder pecuniaria y personalmente las pérdidas de materiales, equipos, herramientas, etc., bajo su responsabilidad por incumplimiento de sus obligaciones.

Beneficios y prestaciones

- Décimo tercer sueldo.

- Décimo cuarto sueldo.
- Vacaciones.
- Anticipos de sueldo.

Permisos que no tienen descuento

- Por matrimonio se le otorgara 5 días de permiso, presentando constancia de que había contraído nupcias.
- Fallecimiento de un familiar (padre, madre, esposa e hijos) se le otorgara 3 días de permiso.
- Permiso de paternidad/maternidad por nacimiento del bebe.

Formas de pago

- Mensual.
- Quincenal 42% de los honorarios del trabajador.
- Pago por transferencia bancaria.
- Los pagos se realizan el último día de quincena y fin de mes.
- Horas extras previo autorización del jefe inmediato superior.

Días de asueto

- Carnaval.
- Semana santa.
- 1 de mayo.
- Batalla del Pichincha, 24 de mayo.
- 10 de agosto, primer grito de independencia.
- 9 de octubre, independencia de Guayaquil.
- 2 y 3 de noviembre día de los difuntos.
- 24 de diciembre a partir del mediodía y 25 que es navidad.
- 31 de diciembre a partir del mediodía y 1 de enero.

Talento humano

- Compromiso para alcanzar los objetivos de su puesto y áreas de trabajo.
- Mantener una buena comunicación con los compañeros de trabajo y jefes.
- Ser un ejemplo en la puntualidad y asistencia diaria.
- Desarrollar un ambiente de trabajo agradable para todo el personal de la empresa.
- Cumplir con normas, procedimientos, políticas establecidas por la empresa.
- Tomar las mejores opciones para la toma de decisiones.
- Brindar a través de sus actividades competitividad para la empresa.

Normas de higiene

- Uso de mascarillas en caso de ser necesario (por ejemplo, al padecer una enfermedad).
- Lavarse frecuentemente las manos.
- Colocar alcohol en diferentes puntos de la empresa, así como al ingreso y salida de la misma.
- Respetar la señalética interior y exterior de la empresa.
- Prohibido fumar en las áreas de trabajo.
- Prohibido ingresar a áreas restringidas sin previa autorización.
- Prohibido ingresar e ingerir alimentos dentro de la oficina, solo puede hacerlo en áreas destinadas para el lunch o refrigerios.
- Utilizar el botiquín de primeros auxilios en caso de accidentes leves.

4.5 Incentivos al personal

Para que los trabajadores se sientan identificados con la empresa y por ende brinden un mejor servicio a la ciudadanía, es necesario que se brinden las herramientas necesarias para que desempeñen mejor sus actividades, tales como:

- Días de integración familiar.
- Sorteos de regalías.
- Empleado del mes.

Días de integración familiar. - El personal tiene que sentirse identificados y con un sentido de pertenencia hacia la empresa, es decir integrados a la institución, el poco compañerismo y la ausencia de trabajo en equipo afecta no solo al clima laboral, sino a su vez al desempeño con el que realizan los trabajos hacia la ciudadanía, lo que conlleva en quejas y demás reclamos por parte de los usuarios de la entidad. Para lo cual las autoridades de la institución deben de llevar a cabo días de integración como son: mañanas, tardes recreativas-deportivas, este tipo de actividades tiene como fin fomentar la unión de las familias hacia la empresa, así como fortalecer el vínculo que existe entre compañeros de trabajo.

Entre las actividades que se pueden realizar se pueden mencionar, almuerzos, días deportivos, parrilladas, celebración de cumpleaños, en donde un grupo de personas se puede encargar de preparar la comida que se va a degustar y otro la limpieza del lugar, de esta manera fomentar el trabajo en equipo. Además del tradicional amigo secreto o cena navideña y de fin de año.

Figura 4.5: *Integración del personal*



Fuente: *Páginas web*

Elaborado por: *La autora*

Sorteos de regalías. – Otra de las opciones que se plantean para motivar al personal es realizar una vez al mes algún tipo de sorteos en base a obsequios o regalías, como ollas arroceras, licuadoras, sartenes, tarjetas de consumo, los que serán sorteados entre el personal y el ganador se llevara el obsequio a su domicilio.

Este tipo de actividades permite que el personal se identifique más con la institución, incentivándolos a desempeñar mejor su trabajo, mejorando el clima laboral y por ende el servicio brindado a la ciudadanía.

Figura 4.6: *Sorteo de regalías*



Fuente: *Páginas web*

Elaborado por: *La autora*

Empleado del mes. – Una manera adecuada de motivar al personal, es elegir entre sus miembros al trabajador que mayor desempeño y desenvolvimiento haya demostrado durante el mes de trabajo, es decir un reconocimiento a su labor. El reconocimiento por el mejor empleado queda a opción de la máxima autoridad, pudiendo ser un día libre, la placa de mejor empleado, pegar su foto en alguna pared visible de la empresa o algún tipo de obsequio, motivando de esta manera a que todo el personal se esfuerce a desempeñar mejor su trabajo.

Figura 4.7: *Empleado del mes*



Fuente: *Páginas web*

Elaborado por: *La autora*

CONCLUSIONES

- Se elaboro un marco teórico el mismo que permite conocer cuáles son los conceptos básicos y necesarios para el desarrollo del presente trabajo, dotando de los conocimientos y habilidades para plantear las mejores alternativas a las problemáticas que posee la institución, de esta manera realizar un trabajo consolidado, conociendo cuales son las debilidades de la institución y las fortalezas con las cuales puede afrontar y resolver dicha situación.
- Se realizó una encuesta en la cual se pudieron analizar los elementos tangibles, la fiabilidad, seguridad, empatía que tienen los trabajadores para con los clientes, pudiendo conocer cuáles son las principales problemáticas que afectan los clientes y la relación que tienen estos elementos hacia la atención que brindan a los usuarios de la empresa, para lo cual se plantearon alternativas que ayuden a la institución a mejorar estos aspectos negativos, mejorando la imagen que proyectan a la comunidad.
- De acuerdo a los resultados obtenidos para la dimensión de elementos tangibles obtuvo una brecha positiva de 0.01 lo cual esto indica que la empresa eléctrica está cumpliendo con las expectativas del usuario, es decir que el usuario se siente satisfecho en cuanto a equipos, instalaciones, empleados con buena apariencia y material visualmente atractivos existiendo un nivel de calidad en esta dimensión.
- La calificación obtenida para la dimensión de fiabilidad no está siendo aceptada por el usuario por lo que tiene una brecha de -0.50 ya que no están cumpliendo con los tiempos prometidos, lo cual esto genera un descontento en el usuario y que perciba que no se están interesando en ello.
- Para la dimensión de capacidad de respuesta se concluye que esta dimensión es la que menor aceptabilidad tiene por el usuario con una brecha

de -0.62 debido a que los usuarios afirman que no existe una debida comunicación entre cliente y empresa por lo que no todos los usuarios cuentan con redes sociales; el usuario no puede planificar sus actividades y prevenir el cuidado de sus electrodomésticos, empleados que no están dispuesto a ayudar lo cual puede estar asociado a desmotivación del personal de la empresa; es por ello que el usuario percibe que la empresa eléctrica no está demostrando que está comprometido con el usuario.

- Se determinó que la dimensión de seguridad obtuvo una brecha de -0.30 debido a que el usuario desconfía en las transacciones como facturas, lectura del medidor, fallas en la comunicación y en la información por el personal de la empresa eléctrica lo cual esto provoca dudas en los usuarios.
- En la dimensión de empatía se evidencia que la empresa eléctrica está cumpliendo con las expectativas en cuanto a atención individualizada y personalizada, no así en cuanto al cuidado de los intereses y necesidades del usuario por ello es necesario que se tome en cuenta para mejorar el servicio.
- La calidad en el servicio con la satisfacción de los clientes se encuentra estrechamente relacionados por lo que, un servicio excelente genera clientes satisfechos con la empresa y es lo que en la actualidad desea recuperar la institución, transformando la imagen actual que proyecta a la ciudadanía, por lo que es necesario efectuar cambios que ayuden a mejorar la percepción y expectativa de los usuarios hacia la institución
- En la evaluación de la calidad del servicio se evidenció que el nivel de satisfacción del usuario es del 62% lo cual indica que tiene una aceptabilidad media alta lo cual la empresa eléctrica debe de establecer medidas correctivas para seguir mejorando la percepción del usuario y llegar a ser una empresa eléctrica de excelencia ya que las expectativas de los usuarios no están siendo satisfechas en su totalidad por la empresa.

- Dentro de la propuesta se plantea un plan con incentivos para mejorar no solo el clima laboral, sino a su vez la percepción que tienen los trabajadores hacia la empresa. Para lo cual se plantea un plan de capacitaciones, el mismo que brinda al personal los conocimientos necesarios para que puedan desempeñar de una mejor manera sus actividades, además de diferentes maneras de incentivar al trabajador pudiendo integrarlos a ellos y sus familias con la institución, mejorar el trabajo en equipo, por ende, el clima laboral y a su vez la atención al cliente, que es uno de los puntos bajos que posee la institución.

RECOMENDACIONES

A continuación, se detallan las recomendaciones que se han suscitado durante el desarrollo del presente trabajo investigativo.

- Es recomendable realizar el marco teórico pues dentro del mismo, existen temas elementales para el desarrollo del trabajo investigativo, permitiendo conocer temas como calidad del servicio, modelo Servqual, satisfacción del cliente, criterios y conceptos que ayudan a plantear estrategias claras para un mejor funcionamiento de ELECGALAPAGOS y su personal de trabajo.
- Es de suma relevancia realizar las encuestas a los clientes de la empresa, ya que ello permite tener una idea clara y concreta sobre las principales problemáticas que vienen afectando a los usuarios de la entidad, es por esto que, al tener un conocimiento claro de las falencias de la institución, se pueden plantear alternativas que brinden soluciones oportunas y directas que contrarresten y ayuden a mejorar la atención al cliente que brinda ELECGALAPAGOS.
- Se recomienda llevar a cabo el plan propuesto debido a que dentro del mismo se incluyen diferentes alternativas que plantean mejoras para la empresa, como son capacitaciones, regalías, dotación de uniformes, anticipos de sueldos, los que sirven de motivación para que los trabajadores desempeñen de una mejor manera sus funciones, supliendo los vacíos constantes que presentan el personal debido a la ausencia de capacitaciones, además de mejorar el ambiente de trabajo. Desarrollar las dimensiones de capacidad brindó a la empresa una mejora sustancial en la atención al usuario, pudiendo establecer lo que debe y no hacerse para que el cliente se sienta identificado con la institución.

Bibliografía

- Alet i Vilagínés, J. (2000). *Marketing Relacional: Cómo obtener clientes leales y rentables* (3ª ed.). Barcelona- España. <https://books.google.com.ec/books?id=C3no-eT4FDIC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Alvarado Vélez, J. A., Almeida Blacio, J. H., & Vega Carrillo, D. F. (2020). Aplicación del modelo Servqual para la evaluación de la calidad del servicio de comerciantes minoristas en Santo Domingo, Ecuador. *Revista ESPACIOS*, 41, 1-10. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n36/a20v41n36p01.pdf>
- Badea, L., Moraru, A.-D., Constantin, L., Duhnea, C., & Panait, L. (2014). Customer Satisfaction with Banking Services. Simulating the Influence of Customer Satisfaction Determinants Using Artificial Neural Network Algorithms. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, 55(4), 101-115. https://www.researchgate.net/publication/357234048_Customer_Satisfaction_with_Banking_Services_Simulating_the_Influence_of_Customer_Satisfaction_Determinants_Using_Artificial_Neural_Network_Algorithms
- Bernabe, T. (2016). *Evaluación del servicio de atención al cliente de los clientes especiales de la empresa eléctrica Santa Elena*. Santa Elena: Universidad de Guayaquil.
- Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Díaz de Santos.
- Calderon, K. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en Electro Oriente S.A.* Lima: Universidad Alas Peruanas.
- Chuquista & Montenegro. (2021). *Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de Compartamos Financiera S.A.* Chiclayo: Universidad Señor de Sipán.
- Cordova, C. (2022). *Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica*. Loja: Universidad Técnica de Loja.

- Empresa Electrica Elecgalápagos . (s.f.). *Quienes Somos*. Elecgalápagos:
<https://www.elecgalapagos.com.ec/quienes-somos/>
- Fernandez Cueto, V. (2020). El rol del directivo de experiencia de cliente. *Especial Directivos*, 104-107.
https://revistas.laley.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAkNTC0MzS7Wy1KLizPw8WyMDIwNDIwNLtbz8INQQF2fb0ryU1LTMvNQkJLMtEqX_OSQyoJU27TEnOJUtdzEkpLUllvX4gKXzClozzu10jbINcwzOMRRLTUpPz8bxaZ4mA0AWvT8HoMAAAA%3DWKE
- Goodman, J. A. (2014). *Atención estratégica al cliente*. Pluma Digital Ediciones.
- Hanco, N. (2020). *Estudio de la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción al cliente en Electro Sur*. Abancay: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta ed.). México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores. S.A.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de mercadotecnia* (8 |a Edición ed.). Pearson educación.
- Larrea Angulo, P. (1991). *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia* (4ta ed. ed.). Madrid: Editorial Diaz de Santos. <https://dokumen.pub/calidad-de-servicio-del-marketing-a-la-estrategia-8479780010-9788479780012.html>
- Lucero, I. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en el Registro Mercantil de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *perspectivas*, 181-209. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Medina Calderón, K. (2021). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario en Electro Oriente S.A- Unidad de negocio Jaén, 2020. Tesis de Pregrado*. Universidad Alas Peruanas, Jaén-Perú.
https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10444/Tesis_

Calidad.Servicio_Satisfacci%c3%b3n.Usuario_Electro%20Oriente%20S.A._
Ja%c3%a9n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mejía Acosta, A. A., & Manrique Chirkova, S. (2011). DIMENSIONES DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES BANCARIOS UNIVERSITARIOS: UNA APROXIMACIÓN MEDIANTE EL ANÁLISIS DE FACTORES. *Ingeniería industrial*, XXXII(1), 43-47.
<https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433575007.pdf>

Mendiola, A., Chara, J., Jara, N., Pérez, M., Suazo, J., Valenzuela, H., & Aguirre, C. (2011). *Estrategia de generación de valor en una empresa de distribución eléctrica*. Universidad ESAN.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/136/Gerencia_para_el_desarrollo_24.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morillo Moreno, M. (2016). Satisfaccion del usuario y calidad del servicio en alojamiento turisticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, XXII, 11-131. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28049145009>

Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación: Cuantitativa-cualitativa y redacción de Tesis* (4ta ed.). Bogotá: Editorial De la U.
<http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0028.pdf>

Packard, G., & Berger, J. (2021). How Concrete Language Shapes Customer Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 47(5), 787-806.
<https://academic.oup.com/jcr/article/47/5/787/5873524>

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). *Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*,. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)

Pizam, A., & Taylor, E. (1999). Customer Satisfaction and its Measurement in Hospitality Enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. *International Journal of contemporary Hospitality Management*, 326-339. <https://www-academia->

edu.translate.goog/7304864/Customer_satisfaction_and_its_measurement_in_hospitality_enterprises?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=op,sc

Roldan Toapanta, M. (2022). Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica. *Tesis de Posgrado*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36846/1/055%20ADE.pdf>

Sánchez López, F. (2019). *Calidad Total en las organizaciones*. Elearning S.L.

Tamayo y Tamayo, M. (1997). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa S.A.

Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio*. *Liderazgo* 21.
http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf

Velez, A. (2020). *Aplicacion del modelo Servqual para la evaluacion de la calidad del servicio de comerciantes minoristas en Santo Domingo*. Santo Domingo.

Vera, J., & Trujillo, A. (2015). El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México. *Tecnológico de Monterrey, EGADE Business School*, 2, 1-22.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v63n2/0186-1042-cya-63-02-00002.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta para evaluar la expectativa de los usuarios de la empresa eléctrica.

Estimado usuario: La presente encuesta tiene por finalidad recoger información para el proceso de tesis con el objetivo de evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Empresa Eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal. La información brindada se utilizará con fines académicos. Agradezco su sinceridad y colaboración.

Instrucciones: Basándose en sus experiencias como usuario de los servicios que ofrecen las empresas eléctricas piense, por favor, en el tipo de empresa que podría ofrecerle un **servicio de excelente calidad**. Para cada pregunta indíquenos, en qué medida según usted, debería de tener una empresa eléctrica de excelente calidad. En dónde: **1 significa no es esencial; 7 significa absolutamente esencial**.

Dimensión: Elementos tangibles	1	2	3	4	5	6	7
Los equipos de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS tienen la apariencia de ser modernos.							
Las instalaciones físicas de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS son visualmente atractivas.							
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS tienen buena apariencia.							
Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS (publicidad, facturas, etc) son visualmente atractivos.							
Dimensión: Fiabilidad							
Cuando la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.							
Cuando usted tiene un problema la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS, muestra un sincero interés en solucionarlo.							
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS realizan bien el servicio la primera vez.							
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS terminan el servicio en el tiempo que prometen hacerlo.							
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS insisten en mantener registros libres de errores.							
Dimensión: Capacidad de respuesta							
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS informan con precisión a los clientes de cuando concluirá cada servicio.							
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS les proporciona un servicio rápido a sus clientes.							
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS están siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.							
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS nunca están demasiados ocupados para responder sus inquietudes a sus clientes.							
Dimensión: Seguridad							

El comportamiento de los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS le transmite confianza.								
Usted se siente seguro en sus transacciones con la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS (atención recibida, facturas...).								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS son siempre amables con usted.								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS tienen los conocimientos suficientes para contestar las preguntas de sus clientes.								
Dimensión: Empatía								
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS les dan una atención individualizada.								
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS le dan una atención personalizada.								
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS se preocupan por cuidar sus intereses y necesidades.								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS comprenden sus necesidades específicas.								

Anexo 2: Encuesta para evaluar la percepción de los usuarios de la empresa eléctrica ELECGALPAGOS S.A.

Estimado usuario: La presente encuesta tiene por finalidad recoger información para el proceso de tesis con el objetivo de evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Empresa Eléctrica ELECGALAPAGOS en el cantón San Cristóbal. La información brindada se utilizará con fines académicos. Agradezco su sinceridad y colaboración.

INSTRUCCIONES: A continuación, tendrá una serie de **preguntas relativas a lo que usted piensa sobre el servicio que ofrece la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS**. Para cada pregunta indíquenos, por favor, hasta qué punto considera que la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS S.A., posee las características descritas en cada pregunta. En dónde: 1 totalmente en desacuerdo; 7 totalmente de acuerdo.

Dimensión: Elementos tangibles	1	2	3	4	5	6	7
Los equipos de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS tienen la apariencia de ser modernos.							
Las instalaciones físicas de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS son visualmente atractivas.							
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS tienen buena apariencia.							
Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS (publicidad, facturas, etc) son visualmente atractivos.							
Dimensión: Fiabilidad							
Cuando la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.							
Cuando usted tiene un problema la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS, muestra un sincero interés en solucionarlo.							
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS realizan bien el servicio la primera vez.							
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS terminan el servicio en el tiempo que prometen hacerlo.							
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS insisten en mantener registros libres de errores.							
Dimensión: Capacidad de respuesta							
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS informan con precisión a los clientes de cuando concluirá cada servicio.							
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS les proporciona un servicio rápido a sus clientes.							

Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS están siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS nunca están demasiados ocupados para responder sus inquietudes a sus clientes.								
Dimensión: Seguridad								
El comportamiento de los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS le transmite confianza.								
Usted se siente seguro en sus transacciones con la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS (atención recibida, facturas...).								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS son siempre amables con usted.								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS tienen los conocimientos suficientes para contestar las preguntas de sus clientes.								
Dimensión: Empatía								
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS les dan una atención individualizada.								
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS le dan una atención personalizada.								
En la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS se preocupan por cuidar sus intereses y necesidades.								
Los empleados de la empresa eléctrica ELECGALAPAGOS comprenden sus necesidades específicas.								