



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Trabajo de Titulación

Para la Obtención del Título de:

Licenciado en Gestión Empresarial con Mención en Marketing y Ventas

Tema:

**Estrategias para incrementar el nivel satisfacción de usuarios
de una Central de Emergencias con enfoque en Customer
Experience**

Autor:

Kevin Andrés Moreira García

Director de Trabajo de Titulación:

Ing. Daniel Merchán Rivera. MSc.

2023

Guayaquil – Ecuador

AGRADECIMIENTO

A Dios principalmente por darme salud y haberme guiado durante este proceso. A mis padres que han sido mi pilar fundamental. Y un agradecimiento a todos y todas, quienes desde sus diferentes ámbitos me han brindado su ayuda tutores, docentes, jefes, compañeros y amigos.

DEDICATORIA

La presente investigación la dedico al ser más importante en mi vida, aquella que ha estado presente en cada momento, quien ha sabido guiarme y brindarme su ayuda de manera incondicional, a ti mamá por todo.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Kevin Andrés Moreira García, certificó que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Estrategias para incrementar el nivel satisfacción de usuarios de una Central de Emergencias con enfoque en Customer Experience” son de absoluta propiedad y responsabilidad.

Kevin Andrés Moreira García

ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DE USUARIOS DE UNA CENTRAL DE EMERGENCIAS CON ENFOQUE EN CUSTOMER EXPERIENCE.

Kevin Andrés Moreira García
kandresmoreirag@gmail.com

RESUMEN

En la presente investigación se realiza un análisis de los aspectos que inciden en el cumplimiento del nivel de satisfacción del servicio de atención de llamadas de auxilio en una Central de Emergencias, esto con base en los lineamientos dispuestos por el Ministerio de Trabajo como ente rector que regula aspectos en materia de calidad de los servicios públicos. Así mismo, se verifica la metodología empleada para realizar el proceso de encuestas de satisfacción ciudadana, donde se gestiona una muestra representativa del total de llamadas que ingresan a la Central durante un periodo específico, para identificar el nivel de satisfacción por cada usuario. De igual manera, se enlistan las principales causales que generan afectación al nivel de satisfacción y se desarrollan estrategias enfocadas en Customer Experience para incrementar el nivel de satisfacción ciudadana.

Palabras clave: Central de Emergencias – Nivel de satisfacción – Estrategias

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con lo registrado en el Informe de Satisfacción Ciudadana Primer Semestre de 2022 Primera Medición (Anexo A), se identificó que la disminución de la eficiencia y eficacia en la calidad de la atención y coordinación de las llamadas de auxilio en una Central de Emergencias en el Ecuador durante el primer semestre del 2022, ha conllevado al no cumplimiento de los niveles de satisfacción ciudadana dispuestos por el Ministerio de Trabajo, el cual regula aspectos en materia de calidad de los servicios públicos, mismo que para el año 2022 estableció como directriz la medición de la satisfacción ciudadana de manera semestral, y la aplicación de la “Guía Metodológica para aplicación de la Norma Técnica de los Mecanismos de Calificación del Servicio – Satisfacción de la calidad del servicio y la atención brindada por el servidor público”. Con base en lo registrado en dicho Informe se evidencia que la Central de Emergencias alcanzó el 82% de satisfacción ciudadana, lo que no permitió el cumplimiento mínimo dispuesto por el Ministerio de Trabajo que es del 83% para el año 2022. Es importante indicar que el no cumplimiento mínimo genera un impacto sobre el cumplimiento de los indicadores operativos de la Central de Emergencias. Para el efecto de la investigación se ha considerado una Central de Emergencias que tiene cobertura en la zona 5 y 8 de Ecuador (de acuerdo con la división geográfica establecida por el SENPLADES). La formulación del problema expone: ¿De qué manera la aplicación del *Customer Experience* impactaría en el nivel de satisfacción de una central de emergencias de la zona 5 y 8 en el Ecuador?

Objetivo General

Identificar las estrategias a desarrollar para el incremento de los niveles de satisfacción en una Central de Emergencias en el Ecuador.

Objetivos Específicos

- Mostrar la metodología empleada por una Central de Emergencias en Ecuador para medir el nivel de satisfacción de la ciudadanía.
- Analizar las causales que inciden en los niveles de satisfacción de la ciudadanía en la atención, coordinación y despacho de las llamadas en una Central de Emergencias en el Ecuador.
- Enlistar las estrategias más adecuadas para el cumplimiento del nivel de satisfacción de los usuarios.

MARCO TEÓRICO

Central de Emergencias

De acuerdo con la información registrada por el (Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 (2021) cuenta con un servicio de respuesta inmediata e integral, que atiende las llamadas de emergencia y las alertas capturadas a través del monitoreo de cámaras de video vigilancia, las cuales son coordinadas con los organismos de respuesta como son la Policía Nacional, Bomberos, Tránsito, Salud, Gestión de Riesgos, las Fuerzas Armadas y otros organismos locales.

Customer Experience (Experiencia del cliente)

Según Colin, M. (2020), la experiencia del cliente es un constructo multidimensional que genera valor en una compañía con base en la percepción del usuario, involucra los sentidos, el pensamiento cognoscitivo y aspectos psicológicos en la toma de decisiones y está vinculado estrechamente con la satisfacción del cliente y la calidad del servicio.

Así mismo Méndez, (2019), comenta que se entiende “por experiencia el concepto de impresión que se queda el cliente, que delimita su estricto carácter personal”, motivo por el

cual se considera que la experiencia es el resultado de encuentros o interacciones que involucran al usuario en un nivel sensorial, emocional, cognitivo, físico y relacional.

De forma adicional Colin (2020) añade que la experiencia del cliente “busca entender todas las aproximaciones que tiene el consumidor tiene con la marca como símbolo de comunicación que vincula nombre, emblema y valor; en un centro telefónico de atención a clientes toda interacción con un usuario resulta en acercamientos lingüísticos”

Mapa de empatía

Según Salcedo (2020) menciona “se trata de una herramienta que nos pone “en los zapatos de los clientes” en búsqueda de identificar, realmente las características que nos permitan mejorar nuestros productos sean bienes o servicios ajustados a sus necesidades o intereses”.

Así mismo Salcedo recalca la importancia de implementar un mapa de empatía, debido a que esto permite evidenciar de forma clara que es lo que sienten, piensan, ven, escuchan y hablan respecto a un tema en específico que se puede convertir en una oportunidad de mercado, dejando expuestas sus necesidades frustraciones, aspiraciones y de más; y generando un sinnúmero de información útil para el creador del bien o servicio. (5,6)

Satisfacción de los usuarios

Para Altamirano (2022) la satisfacción del usuario está en relación con el cumplimiento de sus expectativas y el tipo de servicio que brinda la institución; por esa razón es de suma importancia ir monitoreando usando diversas estrategias para recepcionar los intereses y necesidades de los usuarios.

De acuerdo a lo planteado por el autor antes mencionado, se determina que la calidad es un tema subjetivo, por lo cual, la satisfacción del usuario se puede traducir como juicio de valor de una persona que ha recibido un servicio y de acuerdo con su esquema mental o

expectativas infiere que fue eficaz y eficiente, o no cumplió con lo requerido, motivo por el cual se considera que la calidad es la que determina la satisfacción de los usuarios.

METODOLOGÍA

El desarrollo de este artículo se lo efectuó bajo un enfoque cualitativo, en el cual se recolectó información relacionada de la calificación de los ciudadanos a la atención brindada por una Central de Emergencias. La investigación tuvo un diseño no experimental, considerando que analizaron los datos de la encuesta realizada como parte del proceso de medición semestral que posee la Central de Emergencias. Así mismo, se definió dentro del alcance descriptivo, debido a que se plantearon las estrategias con enfoque en Customer Experience a partir de los resultados de las encuestas efectuadas durante el primer semestre del 2022. Como instrumento de recolección de información se utilizaron los resultados de la encuesta efectuada a la ciudadanía durante el primer semestre del 2022, esta encuesta se encuentra diseñada e implementada para identificar el nivel de satisfacción de los usuarios. Para la interpretación de los datos recolectados, se utilizó el análisis de contenido, que se basa en la codificación y categorización de la información, a partir del cual se extraen conclusiones y se efectúan las recomendaciones correspondientes.

En el Informe de Satisfacción Ciudadana Primer Semestre de 2022 (Primera Medición), se establece la metodología empleada para el desarrollo de la encuesta efectuada a la ciudadanía: “La muestra de Satisfacción Ciudadana está definida estadísticamente, mediante la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas, con un nivel de confianza de 95% y margen de error muestral +/- 5%, para mantener una representatividad por centro. Para obtener la muestra (Población) se considera el total de emergencias – claves rojas atendidas en cada centro del primer semestre del año 2022, de los servicios de Seguridad

Ciudadana, Gestión Sanitaria; y, Tránsito y Movilidad, por ser las más representativas, mismas que de acuerdo a los datos estadísticos representan el 94% del total de emergencias atendidas.”

La encuesta aplicada consta de 9 preguntas dividida en 5 secciones:

Sección 1: Se realiza la encuesta al ciudadano sobre la satisfacción del servicio brindado por las instituciones articuladas al SIS ECU 911 (Recurso en Sitio, Tiempo de Llegada de la Unidad, la Atención en sitio y Soporte Telefónico).

Sección 2: Se realiza la encuesta al ciudadano sobre la satisfacción del servicio brindado por los Evaluadores de Operaciones de Llamadas del SIS ECU 911.

Sección 3: Se realiza la encuesta al ciudadano sobre la satisfacción global del SIS ECU 911; (Desde la atención del Evaluador de Operaciones de llamadas, hasta la llegada del recurso al lugar de la emergencia; así como, la atención brindada por el personal de las instituciones articuladas en sitio).

Sección 4: Se realiza la consulta al ciudadano sobre la satisfacción en relación a la confiabilidad o nivel de confianza que tiene con el servicio.

Sección 5: Se realiza la consulta al ciudadano de los datos demográficos en relación a la edad y sexo, con la finalidad de determinar cuál es la población que se encuentra satisfecha con el servicio que brinda el SIS ECU 911.”

RESULTADOS

Como parte de los resultados obtenidos en este estudio se identificó las principales causales que inciden en el nivel de satisfacción en una Central de Emergencias en el Ecuador, son la cantidad de preguntas realizadas y la falta de empatía durante la atención telefónica por parte de la primera persona que contesta las llamadas, así como también el

tiempo que demoran en arribar los recursos de las instituciones de primera respuesta al lugar de la emergencia. Estos temas se analizaron de manera pormenorizada de acuerdo con los datos registrados en la encuesta de percepción, para lo cual se evidenció que realizaron un total de 382 encuestas efectivas (entiéndase por encuesta efectiva a las llamadas que se realizaron donde el ciudadano se mantuvo hasta el final de la entrevista y contestó todas las preguntas), del total de 761 llamadas realizadas, el 39% (294) no contestaron la llamada, el 6% (42) abandonaron la encuesta y el 56% (425) corresponden a encuestas realizadas .

Análisis de los resultados

Para identificar estos datos, nos concentramos en las siguientes preguntas del formulario Base de Encuestas de Satisfacción Ciudadana:

2) Califique del 1 al 5 su nivel de satisfacción respecto al tiempo en el que llegó la unidad al sitio de la emergencia, siendo 1 muy tarde y 5 rápido

- Recurso llegó tarde: 24,3% (81 encuestas) Promedio de percepción 00:33:47
- Recurso llegó a tiempo: 17,7% (59 encuestas) Promedio de percepción 00:26:29
- Recurso llegó rápido: 58,1% (194 encuestas) Promedio de percepción 00:12:10

3) Califique del 1 al 5 la atención brindada por el personal de la institución que acudió al sitio, siendo 1 nada satisfecho y 5 completamente satisfecho.

-De las 382 encuestas efectivas, 34 ciudadanos que calificaron el servicio por debajo de 2, el 62% corresponde a 'No solucionó su requerimiento', seguido de 'Tiempo de respuesta' con el 21%, 'Trato inadecuado en sitio' 12% y Otros 6%.

5) Califique del 1 al 5 la atención brindada por la primera persona que contestó su llamada de emergencia, siendo 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho.

- De las 382 encuestas efectivas, 31 ciudadanos que calificaron el servicio por debajo

de 2, el 52% corresponde a 'No le ayudaron', seguido de 'Cantidad de preguntas' con el 19%, 'Menos datos de ubicación (Evaluador conozca la ciudad)' 16% y Trato Telefónico 6%.

Propuesta para incrementar el nivel de satisfacción

Con base en los resultados de la encuesta de satisfacción ciudadana y considerando el objetivo del presente trabajo, se detallan las estrategias para incrementar el nivel de satisfacción con un enfoque en Customer Experience:

Estrategia 1: Fortalecer los aspectos del servicio al cliente.

Acción 1: Campaña de marketing digital llamada “Seguro y a salvo con el 9-1-1”

Objetivo

Se espera que la cuenta de twitter de la Central sea objeto de visitas recurrentes e interacción con los usuarios para que tengan la convicción de que el 9-1-1 responde a tiempo a sus inquietudes y sugerencias.

Herramientas a utilizar

A través de la ejecución de una campaña de marketing digital llamada “Seguro y a salvo con el 9-1-1” basada en publicaciones en twitter en horarios con mayor tráfico social.

Equipo

Departamento de comunicación social

Inicio

Mayo 23

Fin

Julio 23

Recursos

Twitter

Contenido digital (videos, imágenes y audios de atenciones de emergencias).

Métricas a ejecutar

- Número de alcance de la publicación.
- Número de comentarios.
- Número de mensajes internos para identificar el nivel de interacción entre la Central y el usuario.

Acción 2: Prueba piloto aplicando mapas de empatía post atención de llamadas de emergencia.

Objetivo

Escuchar los audios de las atenciones brindadas a la ciudadanía y se procederá a elaborar por cada atención un mapa de empatía.

Herramientas a utilizar

Efectuar sesiones de escucha activa con las personas que atienden las llamadas de emergencia y quienes están encargados de la supervisión, como un proceso de retroalimentación.

Equipo

Departamento de control de calidad y operaciones

Inicio

Mayo 23

Fin

Julio 23

Recursos

Base de datos propios de la Central (muestra representativa)

Encuestas Servqual

Métricas a ejecutar

Verificación del número de inconformidades relacionadas a la falta de empatía receptadas a través de la Central durante el tiempo de la ejecución del piloto.

Estrategia 2: Mejorar los procesos internos del servicio al cliente.

Acción 1: Establecimiento de pautas y lineamientos a seguir, para brindar una atención personalizada a los usuarios.

Objetivo

Se espera que los operadores de la Central, cumplan lo descrito en los procedimientos de atención para brindar una atención personalizado a los usuarios.

Herramientas a utilizar

Contar con protocolos donde se norme el trato que se debe brindar a los usuarios, lo que incluye la pronunciación correcta y el empleo de términos que generen una sensación de estabilidad y pronta respuesta al usuario durante la atención de la emergencia.

Equipo

Departamento de operaciones.

Inicio

Mayo 23

Fin

Julio 23

Recursos

Manuales de funciones, políticas y procedimientos.

Métricas a ejecutar

Aplicación de un proceso de control de calidad con variables que permitan validar el cumplimiento del trato cordial y empático hacia los usuarios.

Acción 2: Socialización de objetivos, estrategias y métricas sobre las situaciones de emergencias atendidas.

Objetivo

Para que los colaboradores cumplan con el nivel de satisfacción semestral.

Herramientas a utilizar

Establecer objetivos, estrategias y métricas sobre las situaciones de emergencias atendidas, tales como:

Objetivos: Atender las llamadas de emergencia en un tiempo promedio de 112 segundos

Estrategia: Realizar tres preguntas básicas para la atención oportuna de la emergencia, como: ¿cuál es emergencia?, ¿dónde ocurre la emergencia?, ¿cuál es el nombre del alertante?

Métrica: Reportes de los tiempos de atención de las llamadas por cada grupo operativo, para verificar el cumplimiento de los 112 segundos de atención.

Equipo

Departamento de operaciones, control de calidad, estadísticas y comunicación social.

Inicio

Mayo 23

Fin

Julio 23

Recursos

Manuales de funciones, políticas, procedimientos.

Bases de datos.

Métricas a emplear

Metas anuales proporcionadas por parte de la Central relacionadas al tiempo de atención de la llamada y al tiempo de registro de la información.

Otras acciones

- Los operadores de la Central deberán brindar una atención eficaz en un tiempo promedio de 112 segundos.
- Todos los colaboradores de la Central deberán recibir capacitación focalizada en atención al usuario y comunicación efectiva en situaciones de crisis.
- Para brindar un servicio eficaz se deberá mantener los controles permanentes hacia las instituciones de primera respuesta, con la finalidad de monitorear el despacho de los recursos en situaciones de emergencia.
- Para garantizar el bienestar de las personas a lo largo de sus vidas y la seguridad de las generaciones futuras, se deben implementar políticas públicas generacionales. Estas políticas deben formularse con la inclusión de condiciones iguales.

CONCLUSIONES

A través del análisis efectuado en este artículo, se ha evidenciado que los factores que incidieron en el cumplimiento de la meta semestral de la Central de Emergencias, fueron internos relacionados al trato brindado por la primera persona que responde a la llamada de emergencia y; externos, al tiempo de arribo de los recursos en territorio según la percepción de los ciudadanos.

Es importante mencionar que la encuesta empleada en la actualidad se encuentra estructurada de tal forma que permite identificar por secciones los aspectos que debe calificar el usuario, lo que a través del análisis de los resultados sirve como insumo para la elaboración de las estrategias que deben implementarse con la finalidad de cumplir con las metas establecidas. Sin embargo, al contar con lineamientos de *Customer Experience*, la Central podrá determinar la existencia de brechas entre los indicadores de desempeño empleados para evaluar la satisfacción y la experiencia del cliente, así mismo, esto permitirá conocer las oportunidades de mejora a través de la interacción entre los usuarios y colaboradores de la Central.

Si bien es cierto las instituciones públicas cuentan con procedimientos e instructivos para normar la atención en la recepción, coordinación y despacho de las emergencias, es oportuno que la Central analice las herramientas con las que se cuenta para conocer a los usuarios y brindarles un servicio personalizado, cumpliendo con los estándares de calidad y los indicadores establecidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altamirano Rojas, L. R. (2022). Calidad de servicio y satisfacción en los usuarios del gobierno regional de Amazonas.
- Barona Ibarra, L. E. (2020). *Estrategias de marketing y posicionamiento del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 en la zona centro* (Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador).
- Cadena Ávila, D. A., Carriel Caiche, C. J., & Márquez de la Presa, C. (2020). *Incremento de la eficiencia en la operación de atención al cliente del ECU911* (Doctoral dissertation, ESPAE-ESPOL).
- Colin, M. (2020). Nivel de servicio de un centro de atención telefónica: modelo de experiencia del cliente desde el benchmarking y el análisis multivariante. *ESIC Market*, 51(167), 497-526.
- Díaz de Cerio Escudero, J. L. (2019). La experiencia de cliente en la era digital. El nuevo viaje del cliente.
- González Avilés, R. J., Núñez Tamayo, C. J., & Paredes, M. (2016). *Medición del nivel de satisfacción de los usuarios dentro de la metodología de autoevaluación de las políticas públicas*. Caso centro nacional ecu 911 Samborondón (Doctoral dissertation, Escuela Superior Politécnica del Litoral).
- Ladines, G., & Geovanny, F. (2017). *Análisis de la evaluación de la satisfacción ciudadana en el ECU 911 de Esmeraldas en el período de julio-diciembre 2016* (Doctoral dissertation, Ecuador-PUCESE-Maestría en Administración de Empresas mención Planeación)
- Ministerio de la Presidencia de España. Agencia de Evaluación de Calidad. (2016). *Guía*

para la Evaluación de la Calidad de los Servicios Públicos. Obtenido de Guía para la Evaluación de la Calidad de los Servicios Públicos:

http://www.aeval.es/export/sites/aeval/comun/pdf/calidad/guias/Guia_evaluacion_calidad.pdf

Méndez Aparicio, M. (2019). Determinantes y consecuencias de la experiencia de cliente y la satisfacción en el ámbito digital: un análisis del uso de áreas privadas.

MINITAB. (2016). *MINITAB*.

Obtenido de <http://support.minitab.com/esmx/minitab/17/topic-library/basic-statistics-and-graphs/summarystatistics/measures-of-central-tendency/>

Morales, C. (2009). *Nivel de Satisfacción de los paciente que asiste al Servicio de Urgencias* . Obtenido de Nivel de Satisfacción de los paciente que asiste al Servicio de Urgencias :

http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/enfermeria/2009/DEFINITIVA/tesis_12.pdf

Mori, R. V. (2014). Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el Nivel de Atención. Trujillo: Universidad Antenor

Morales, D. V. (2014). *Innovación y marketing de servicios en la era digital*. Esic Editorial.

Torres, C. E. T. (2013). El marketing al servicio de las organizaciones del tercer sector. *Estudios Gerenciales*, 29(129), 386-395.

Salcedo, J. P. (2020). Adentrándonos en el consumidor - Mapa de empatía. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/35942>.

Servicio Integrado de Seguridad (SIS) ECU 911. (2014). *Servicio Integrado de Seguridad (SIS) ECU 911*. Obtenido de Servicio Integrado de Seguridad (SIS) ECU 911: <http://www.ecu911.gob.ec/la-institucion/>

- Torres, C. A. (2006). *Metodología de Investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Mexico: Pearson
- Uvalle, R. (2000). *Institucionalidad y profesionalización del Servicio Público*. México: Plaza y Valdez .
- Vavra, T. (2002). *Como Medir la Satisfacción del Cliente Normas ISO*. Madrid: FC
- Veronica Baena . (2011). *Fundamentos de Marketing* . Barcelona: Anglofort.
- William A. Cohen . (2007). *Plan de Marketing* . España: DEUSTO S.A. EDICIONES.
- Zeithaml, V. A. (2009). *Marketing de servicios*.