



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

Facultad de Posgrado e Investigación.

Tesis para la opción al título de Magíster en:

Administración Pública.

Con Mención en Desarrollo Institucional Gobernabilidad Innovadora en la Gestión.

TEMA:

Administración pública 4.0 para mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa EPMAPACH-CHUNCHI.

TUTOR:

Msc. Galo Valverde Landívar.

AUTOR:

Luis Antonio Acero Amay.

Septiembre 2023

Guayaquil – Ecuador.

RESUMEN.

Este trabajo de investigación tiene la finalidad de determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de la EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DEL CANTÓN CHUNCHI (EPMAPACH), sobre los servicios o productos que perciben de esta empresa. El propósito de este proyecto es dar soluciones a los problemas que se han generado desde algunos años, es decir existían muchos conflictos entre los usuarios y los funcionarios de la empresa, entre los principales problemas son: (por la falta de acceso a la información pública, por un mal servicio en atención al cliente, por baja calidad percibido en el producto que comercializa la empresa, por la demora de los trámites administrativos, y por los valores muy altos en la facturación debido a un fallo humano), por todos esos problemas se dieron muchas denuncias en contra de la gestión administrativa de la empresa, para determinar el grado del problema se empleó el método cuantitativo para realizar una encuesta de satisfacción del usuario, esta metodología nos permitirá obtener los datos aproximados a la realidad, con los datos obtenidos en la encuesta se conoció los resultados que permiten fortalecer los puntos críticos, e implementar propuestas que ayuden a planificar en base a estrategias que aporten al desarrollo económico y sustentable de la empresa. El nivel de satisfacción obtenido en la encuesta, se debe considerar que son poco favorables para la empresa, pese a los cambios realizados en la institución durante los años 2021, 2022 y 2023.

Palabras claves:

Administración pública 4.0, gestión administrativa, Innovación, prestación de los servicios básicos.

ABSTRACT.

This research work aims to determine the level of satisfaction of the users of the MUNICIPAL PUBLIC COMPANY OF DRINKING WATER AND SEWERAGE OF THE CHUNCHI CANTON (EPMAPACH), on the services or products they receive from the institution. The purpose of this project is to provide solutions to the problems that have been generated for some years, that is, there were many conflicts between users and company officials, among the main problems are: (due to lack of access to public information, poor customer service, low perceived quality in the product marketed by the company, due to the delay of administrative procedures, and for the very high values in billing due to human error), for all these problems there were many complaints against the administrative management of the company, to determine the degree of the problem the quantitative method was used to conduct a user satisfaction survey, this methodology will allow us to obtain data approximate to reality, with the data obtained in the survey the results that allow strengthening the critical points were known, and implement proposals that help plan based on strategies that contribute to the economic and sustainable development of the company. The level of satisfaction obtained in the survey should be considered to be unfavorable for the company, despite the changes made in the institution during the years 2021, 2022 and 2023.

Key Words:

Public administration 4.0, administrative management, Innovation, provision of basic services.

ÍNDICE GENERAL

1	CAPÍTULO I	10
	Marco teórico conceptual	10
1.1	Antecedentes de la investigación.....	10
1.1.1	Las principales características de la administración 4.0	12
1.1.2	Servicio.....	13
1.1.3	Calidad del servicio.	16
1.1.4	Satisfacción del usuario.	23
1.1.5	Niveles de satisfacción.....	24
1.1.6	La importancia de la satisfacción del cliente.....	25
1.1.7	Análisis de casos de estudio similares.....	26
1.2	Planteamiento del problema de investigación.....	31
1.2.1	Formulación del problema.....	33
1.2.2	Sistematización del problema.	34
1.3	Objetivos.	35
1.3.1	Objetivo general.	35
1.3.2	Objetivos específicos.	35
1.4	Justificación de la investigación.	35
1.5	Marco de referencias de la investigación.....	37
2	CAPITULO II	39
2.1	Métodos de investigación.....	41
2.2	Enfoque de la investigación, tipo de diseño de investigación y alcance.	42
2.3	Unidad de análisis, población y muestra.....	43
2.4	Variable de la investigación.	46
2.5	Tabla de operacionalización.	48
2.6	Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información.	48
3	CAPITULO III	50
3.1	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.	50
3.1.1	Resultados.....	50
3.1.2	Discusión de los resultados.....	55
4	CONCLUSIONES.....	58
5	RECOMENDACIONES.	59
6	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1-1.	La importancia de lograr la satisfacción de un cliente.	25
Tabla 1-2.	Porcentajes reportados de satisfacción con el servicio de agua potable y otros servicios según sector geográfico.	28
Tabla 1-3.	Ejemplo de nivel de satisfacción en una cooperativa.	29
	¿Considera usted que se encuentra satisfecho con el servicio que le ofrece la cooperativa?	29
Tabla 1-4.	Resultados de satisfacción del cliente de un restaurante.	31
	Resultados de la encuesta de satisfacción del cliente del restaurante "JAMA".	31
Tabla 2-1.	Elementos a considerar en el proceso de definición de la muestra.	43
Tabla 2-2.	Valores de las tablas para la fórmula cuantitativa.	45
Tabla 2-3.	Tabla de ítems.	47
Tabla 2-4.	Tabla de operacionalización de las variables.	48
Tabla 3-1.	Tabla de resultados de la encuesta sobre la satisfacción del usuario.	50
Tabla 3-2.	Tabla de resultados de la encuesta sobre la atención al usuario.	51
Tabla 3-3.	Tabla de resultados de la encuesta, sobre la agilidad y eficiencia.	52
Tabla 3-4.	Tabla de resultados de la encuesta sobre la calidad del agua.	53

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1-1.	Parasuraman et al. Representación de los diez aspectos generales.	21
Figura 1-2.	Representación de las cinco dimensiones.	22
Figura 1-3.	Las cinco fuerzas competitivas de Porter.	23
Figura 1-4.	Representación de las expectativas del cliente vs organización.	24
Figura 1-5.	Representación gráfica, satisfacción del cliente del transporte “Flota Pelileo”.	29
Figura 1-6.	Representación gráfica del nivel de satisfacción del restaurante “JAMA”.	31
Figura 1-7.	Diseños de la investigación.	33
Figura 1-8.	Tipos de variables.	38
Figura 2-1.	Determinación de superficie de expansión del cantón Chunchi.	40
Figura 2-2.	Como determinar una población y una muestra.	44
Figura 2-3.	Tipos de muestreos para una investigación.	44
Figura 2-4.	Variables dependientes e independientes.	47
Figura 2-5.	Datos estadísticos de una entrevista.	49
Figura 3-1.	Demostración del nivel de satisfacción del usuario de la empresa.	50
Figura 3-2.	Demostrado gráficamente la calidad de atención en la empresa.	51
Figura 3-3.	Demostrado gráficamente la gestión administrativa en la empresa.	52
Figura 3-4.	Demostrado gráficamente la calidad del agua de la empresa EPMAPACH. ...	53

INTRODUCCIÓN.

Realidad problemática.

Según los datos del Banco Interamericano de Desarrollo (2015), se estima que, en América Latina, pueden estar proporcionándose servicios de agua potable y saneamiento con déficits importantes de calidad aproximadamente a 370.000.000 de habitantes. “En esta cifra se incluyen los 185.000.000 de personas que residen en concentraciones de menos de 300.000 habitantes, los 114.000.000 de personas que componen la población rural, y los 71.000.000 de personas que residen en viviendas precarias e informales en los centros urbanos de más de 300.000 habitantes y que cuentan con servicios de mala calidad esta última cifra equivale al 24% de la población que reside en ese tipo de viviendas en dichos centros urbanos” (ADERASA, 2022).

En América Latina y el Caribe, los operadores de agua y saneamiento que abastecen áreas urbanas de más de 300.000 habitantes enfrentan dificultades para cumplir con las metas fijadas por Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas, los cuales son “Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos” (ADERASA, 2022). “Los operadores urbanos de áreas de más de 300.000 habitantes prestan servicios al 60% de la población urbana de América Latina y el Caribe, y al 48,7% de la población total de la región, constituyéndose en actores clave para lograr, en el año 2030, los ODS relativos al acceso universal al agua y el saneamiento, y a su gestión sostenible. Para calcular los indicadores considerados en la evaluación de la gestión de los operadores se utilizó principalmente la base de datos que desde hace años elabora y publica que la Asociación de Entes Reguladores de Agua Potable y Saneamiento de las Américas” (ADERASA, 2022), sin embargo los datos consultados en varias fuentes “se complementaron con los obtenidos de los sistemas de información de Chile y Brasil. Así se logró conformar una muestra de 66 operadores, que en su conjunto comprenden una población de 183.000.000 de habitantes, que representan el 62,5% de la población total de los aglomerados

urbanos de más de 300.000 habitantes de América Latina y el Caribe” (ADERASA, 2022). De los datos obtenidos del diagnóstico realizado se determina que los principales déficits que deben ser superados o considerados para las operadoras de agua potable y saneamiento deben enfrentar los desafíos impuestos por la propia realidad y por el cumplimiento de las normativas de los ODS que son los siguientes puntos a considerar:

- ✓ Se debe desarrollar un marco legal e institucional adecuado.
- ✓ Incrementar el tratamiento de las aguas residuales en diferentes sectores.
- ✓ Ampliar la cobertura del servicio.
- ✓ Crear políticas de calidad de los servicios, especialmente en materia de permanencia de la empresa.
- ✓ Incrementar la: eficacia y eficiencia operacional.
- ✓ Mejorar las herramientas de información y publicitaria, transparencia y rendición de cuentas.
- ✓ Motivar la participación de la sociedad en general y de las autoridades locales.

El objetivo de las Naciones Unidas consiste en un análisis de los desafíos que enfrentan los operadores de agua y saneamiento en América Latina y el Caribe para alcanzar las metas que componen los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y conocer el nivel de satisfacción del usuario del sector de agua y saneamiento. Además, “..se identifican las acciones prioritarias que estos operadores tendrían que llevar adelante para cumplir con las Metas de Desarrollo Sostenible (MDS), en que se plantea el desafío de garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos en el año 2030” (ADERASA, 2022).

La norma ISO 9001:2008

En todas las organizaciones o instituciones que necesitan demostrar la capacidad de sus servicios o productos deben contar con esta normalización, además deben cumplir con algunos requisitos exigidos por sus clientes, y adicionalmente deben acatar los requisitos establecidos por los Sistemas de Gestión de Calidad (SGC),

específicamente sobre un servicio o un producto en particular; considerando que el propósito es de aumentar la satisfacción de un cliente.

La EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DEL CANTÓN CHUNCHI en sus siglas (EPMAPACH), es una empresa constituida que se dedica a la prestación de los servicios básicos como es el agua potable y alcantarillado de la parroquia Matriz del cantón Chunchi de la provincia de Chimborazo, dando cumplimiento a lo establecido según la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea, 2008).

Al igual que a nivel mundial o en la esfera pública como se han ido cambiando las nuevas formas de administrar en sus gestiones, es por eso que se pretende implementar la Administración pública 4.0 para mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa EPMAPACH-CHUNCHI, para lograr lo establecido es fundamental actualizar el sistema de operación del departamento de las Tecnólogas de la Información y Comunicación (TIC), con el propósito de dar seguimiento y el control de su gestión administrativa, cuya deliberación debe ser moderna con nuevas herramientas tecnológicas para las distintas áreas que se ocupan de la administración pública y en consecuencia para los funcionarios administrativos y operativos de la institución. Las herramientas tecnológicas deben ser capaces de diseñar, incorporar, implementar, ejecutar y motivar la adopción de nuevas bases de datos y el acceso a la información ciudadana, que permitan al cambio mediante la aplicación de: “eficacia, eficiencia y calidad de los programas y políticas para mejorar en una organización, en el grado de cumplimiento se puede calcular como la diferencia entre el valor percibido y las expectativas de un consumidor que este tenía antes de recibir el producto”, como lo indica el autor (Zambrano, 2007).

En caso de la EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DEL CANTÓN CHUNCHI (EPMAPACH), brinda los servicios básicos de agua para consumo humano y el sistema de alcantarillado a la población de la parroquia matriz del cantón Chunchi, la cual busca mejorar en su gestión administrativa como lo define el autor (Amador, 2003), todo el sector público debe brindar un servicio de calidad.

1 CAPÍTULO I

Marco teórico conceptual.

1.1 Antecedentes de la investigación.

Es importante conocer el término de la Administración Pública 4.0 que fue conocido por primera vez en Alemania en los albores del siglo XX, que fue usado esta disciplina para detallar la existencia de una fábrica inteligente, que es capaz de conectar y compartir la información de todos los procesos de fabricación mediante la red. Con esta herramienta tecnológica las empresas comenzaron a reducir sus costos de producción hasta en un 30%, y así generando un impacto económico considerable en el manejo de los recursos de producción.

La Industria 4.0 es una nueva forma de conocer los procesos industriales que integran a unas nuevas tecnologías y que se van innovando sus herramientas tecnológicas como son las siguientes:

- ✓ La innovación de la internet
- ✓ Un mecanismo de inteligencia artificial y robótica.
- ✓ La comunicación M2M como herramienta indispensable en una organización.
- ✓ Realidad virtual y aumentada.
- ✓ Sistemas ciberfísicos.
- ✓ Business Intelligence y ERP.
- ✓ Cloud Computing
- ✓ Big Data.

En el Ecuador las empresas que implementan el tipo de modelo de Administración 4.0 son capaces de generar grandes flujos de datos que será necesario recopilar, administrar e interpretar, “en Ecuador, la administración 4.0 comenzó a tener más fuerza a partir del año 2018 con la presentación del Libro Blanco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento por parte del Ministerio de Telecomunicaciones del Ecuador, con el objetivo de. Dar a conocer la estrategia

que contribuirán al desarrollo de la sociedad y del conocimiento” (UNIR, 2023), muchos autores afirman también que esta disciplina impulsa el crecimiento económico en las empresas, aseguran que la “equidad y la inclusión van de la mano con la eficiencia de la administración pública como los sostiene el autor” (Santacruz, 2018.), con la administración pública 4.0, se detallan estrategias que servirán para contribuir al desarrollo en base a cinco ejes estratégicos principales que son los siguientes.

- ✓ Una infraestructura adecuada y con conectividad.
- ✓ Un gobierno electrónico.
- ✓ Seguridad en la información y protección de todos los datos personales, o entidades
- ✓ Una economía digital y tecnologías emergentes de la empresa.
- ✓ La inclusión y las habilidades digitales actualizadas.

La Administración 4.0 ha modificado por completo los sistemas de producción y fabricación de productos que se han implementado durante años. Con esto no solo cambia la forma de producir, sino también de contribuir con las empresas de producción y prestadoras de los servicios, teniendo así los siguientes cambios en la producción.

- ✓ Los procesos de producción tardan menos tiempo.
- ✓ Los niveles de calidad de los productos son mayores.
- ✓ Los costos de producción son menores.
- ✓ Menor desperdicios en la producción.
- ✓ Facilidad de control de recursos.
- ✓ Mejora la competitividad en el mercado.
- ✓ Mayor seguridad en los procesos.
- ✓ Mejora el sistema de distribución y ventas de los productos.
- ✓ Los procesos de producción son controlados.
- ✓ El nivel de satisfacción del cliente es cada vez más alto.
- ✓ Los productos son innovados constantemente.

1.1.1 Las principales características de la administración 4.0

La administración 4.0 es la “automatización de algunos procesos a través del empleo de ciertas tecnologías digitales para mejorar la producción a través de la interconexión de todos los sistemas de la industria que incluye a los propietarios, trabajadores, clientes y proveedores. La automatización y la digitalización en los procesos productivos dan paso a la administración 4.0, reduciendo tiempos y costos en la producción” (UNIR, 2023).

La administración 4.0 o cuarta revolución industrial nace a partir de la evolución tecnológica. “Las empresas empezaron a implementar la tecnología en sus procesos de producción con el objetivo de obtener una mayor productividad, reducir costos, lograr la producción masiva y reducir tiempos de producción” (UNIR, 2023).

- **La industria de la internet**, su objetivo es interconectar todos los elementos que forman parte de la cadena de producción para controlar los de manera más centralizada, de esta forma es fácil evitar que existan daños mientras se está produciendo. “Algunos ejemplos más comunes son las redes de comunicación, las alarmas, cámaras de seguridad y Smart TV” (UNIR, 2023).
- **Big Data**, las nuevas tecnologías permiten que se pueda procesar, almacenar y analizar de forma masiva los datos que a futuro ayudan para la toma de decisiones, “el Big Data se aplica en marketing y ventas, en telecomunicaciones, en la última década se ha implementado en la política” (UNIR, 2023).
- **Inteligencia artificial**, esta tecnología permite crear programas diseñados para realizar actividades que por lo general realizan las personas, “así como analizar la información extraída del Big Data, un claro ejemplo son los asistentes por voz, los Smartphone o aplicaciones digitales” (UNIR, 2023).
- **Robótica**, diseñan máquinas capaces de realizar diferentes funciones de manera automatizada y que muchas veces permiten reemplazar a una persona. “En la actualidad existen muchos robots que realizan funciones de mensajería y transporte de materiales o actividades domésticas, en Ecuador

existen muchas universidades que han emprendido esta práctica a escala mundial con el propósito de dar a conocer los avances de los conocimientos académicos” (UNIR, 2023).

1.1.2 Servicio.

Como un servicio se identifica el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible, “es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas (funcionarios, empleados, empresarios) que trabajan para el Estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados). Se define un marco donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa con los resultados de estos servicios, es el equivalente no material de un bien. Un servicio se diferencia de un bien en que el primero se consume y se desgasta de manera brutal puesto que la economía social nada tiene que ver con la política moderna” (Mera, 2007).

“La escala SERVQUAL consta de dos partes o subescalas de 22 ítems cada una. La primera mide las expectativas de los clientes sobre el servicio prestado por una organización de un sector específico y la segunda mide las percepciones de los clientes sobre los servicios de una organización en particular” (Mera, 2007).

En Ecuador la constitución política reformada en el año 2008 (Asamblea, 2008), señala que es: “un derecho ciudadano el acceso a un servicio público de calidad, con eficacia, eficiencia y de calidad, con responsabilidad y con el principio de obligatoriedad amparados en los siguientes artículos” (Asamblea, 2008).

“Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados” (Asamblea, 2008).

“Art. 314.- El Estado será responsable de la provisión de los servicios públicos de agua potable y de riego, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, infraestructuras portuarias y aeroportuarias, y los demás que determine la ley. El Estado garantizará que los servicios públicos y su provisión respondan a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. El Estado dispondrá que los precios y tarifas de los servicios públicos sean equitativos, y establecerá su control y regulación” (Asamblea, 2008).

Por lo tanto, para brindar los servicios de calidad a la población es uno de los objetivos de las políticas de modernización del Estado ecuatoriano. La calidad de un servicio es un concepto que no es moderno y que se sigue estudiando en la administración pública y privada, con la globalización, los cambios de la sociedad, la competitividad a nivel de las empresas y a nivel del país, la calidad de un servicio, actualmente es importante para la administración privada como para la administración pública, el Estado ecuatoriano ha implementado una Política de Modernización de la Gestión Pública al 2021, que propone “una serie de esfuerzos articulados en garantizar que todos los servicios que brinda el estado sean de calidad. Y la calidad de un servicio se construye en la mente de los usuarios o de los consumidores, de un servicio y se basa en el conocimiento de las necesidades de los clientes para exceder las expectativas o esperanzas que tienen los usuarios de un determinado servicio, la calidad de servicio tiene una relación directa con la satisfacción del cliente, bajo este concepto los usuarios que están expuestos a los servicios de calidad encuentran una mejor satisfacción, generando en ellos complacencia, y ocasionando en los mismos la convicción de volver a generar transacciones con la organización, así como también realizar acciones de recomendación de la entidad prestadora de servicios” (Asamblea, 2008).

En el Ecuador es importante contar con empresas y con los proveedores de ciertos productos que garanticen un buen servicio de calidad, en cumplimiento a las leyes de modernización que es competencia del estado ecuatoriano, la evaluación de la calidad de un servicio dependerá de muchos factores.

Desde la perspectiva de una organización, la calidad de un servicio en las administraciones de las organizaciones, se puede observar que son muchas las empresas que buscan mejorar el servicio, por lo tanto, vienen innovando las herramientas tecnológicas sobre los servicios que brindan a sus clientes, sin embargo, el efecto que tiene sobre la actividad de una unidad asistencial se ha manifestado cuando existen metodologías que buscan su mejora continua en la gestión administrativa.

La calidad en la atención al cliente es la clave para el empoderamiento de aquel cliente o de otros, por lo que es un factor determinante para lograr obtener la lealtad del o de los consumidores, como sostienen muchos autores que el servicio es un desarrollo multidimensional, la atención es de interés no exclusivamente para los que están en la gerencia de las organizaciones sino para todos quienes prestan un servicio lo afirma el autor (Berry, 1989).

“Tangibilidad, es la parte visible de la oferta del servicio. Influyen en las percepciones sobre la calidad del servicio de dos maneras; primero ofrecen pistas sobre la naturaleza y calidad del servicio, segundo afectan directamente las percepciones sobre la calidad del servicio. Ejemplos, un restaurante con pisos limpios y personal aseado dará mejor impresión que aquel que no tenga estos atributos” (Berry, 1989).

Para una evaluación sobre la naturaleza de la administración es una tarea complicada más aun para fomentar una estimación, algunos autores manifiestan que la satisfacción de los clientes se basa en 5 condiciones a escala mundial, estas son:

1. Calidad sustancial de un servicio o producto.
2. Confiabilidad en la prestación del servicio o de un producto.
3. Tiempo de reacción que tiene el servidor con un cliente.
4. Seguridad y amabilidad en la atención al cliente.
5. Simpatía, o empatía para los recepcionistas con el público que es su cliente.

Ciertos escritores recomiendan levantar la información de acuerdo a cada realidad como mencionan varios autores, depende de muchas condiciones hasta del estado

de animo de la persona para proporcionar la información solicitada, por tal motivo es necesario conocer o encuestar desde varios ángulos, y los resultados se debe interpretar con precisión para obtener una información oportuna y certera.

1.1.3 Calidad del servicio.

Para el autor: “La calidad de un servicio es un concepto de naturaleza compleja, elusiva, difusa y abstracta, en razón a las características únicas que se aplican en los servicios, por este motivo es indispensable desarrollar normas de calidad del servicio, si se desea mantener un control. Las normas de calidad para ser operativas, deben, expresarse desde el punto de vista del cliente, para convertirse en un verdadero indicador del rendimiento y no en una mera forma de funcionamiento, la norma debe ser definida en términos de resultados para el cliente” (Basalar, 2016).

Además, “se deben especificar los trabajos que tiene que realizar cada empleado dentro de la organización con el objeto de satisfacer al cliente, debe ser ponderables con cualidades humanas como la atención, la acogida, o la amabilidad, podrían ser medidas si se sabe, en primer lugar, que una media no tiene por qué ser necesariamente cuantitativa para servir a toda la organización las normas de calidad del servicio deben poder ser utilizadas por toda la organización cuanto más nos acercamos al trabajo de campo, más precisa debe ser la descomposición del trabajo en normas establecidas” (Basalar, 2016).

Las técnicas de las viñetas.

Las técnicas de las viñetas se emplean para brindar un nuevo servicio que les permita decidir una combinación ideal de características para los servicios que va a prestar una empresa o una organización. Es conocido como el método más adecuado para evitar confusiones, estos pasos que se debe seguir para desarrollar las viñetas son las siguientes.

- ✓ Contar con una idea básica de un nuevo servicio.
- ✓ Fijar o trazar el área de un grupo destinatario.
- ✓ Seleccionar las características y variaciones apropiadas.
- ✓ Elaborar estas características mediante una encuesta abierta al público de un determinado lugar.
- ✓ Desarrollar la encuesta sobre un producto o un servicio prestado.

El método (Blueprinting).

Es una herramienta que se emplea en el diseño de una nueva prestación de un servicio o de un producto, la misma que permite mejorar ciertas características en los productos, para este aplicativo principalmente se debe considerar las 5 fases en el desarrollo de un servicio que se pretende comercializar.

- ✓ Construir los lineamientos de un sistema, que facilite la visualización del proceso a investigación, para ello es necesario identificar los puntos esenciales del servicio o del producto final prestado.
- ✓ Identificar las fallas generadas en la fase preguntas, para la cual se procede a buscar las fallas considerando al cliente, para que aporte con la búsqueda de soluciones o requerimientos.
- ✓ Una vez obtenida las tabulaciones de debe realizar una representación gráfica del proceso, en esta fase se demuestra el grado de amenazas que tiene una organización o una empresa.
- ✓ Toda vez que se conoce la representación gráfica se puede medir el rango de las posibilidades de una amenaza contra la empresa, para evitar esto se trata de encontrar las medidas correctivas.
- ✓ Finalmente, con el marco cronológico, se conocerá un factor importante para la ejecución de los pasos a seguir en la prestación de un servicio, por esta razón es importante considerar el estado anímico de un cliente.

Un método secuencial de incidentes.

El método de incidencias es aplicado para una representación gráfica de las etapas del proceso y bajo de cada una se debe colocar los comentarios de los clientes, que posteriormente servirá para medir el nivel de satisfacción de un cliente, para ser corregido oportunamente dentro de una organización, con la finalidad de alcanzar el nivel requerido de la satisfacción del usuario.

La encuesta a los clientes.

Esto permite que la búsqueda de la información adecuada sobre la satisfacción de los clientes pueda obtenerse de manera ágil y precisa, además en la encuesta el cliente puede expresar su percepción sobre un producto o un servicio. Para ello en una encuesta es importante contar con los siguientes pasos.

- Un vocabulario adecuado transmitirá las ideas de forma clara.
- Se debe emplear un lenguaje común al grupo de individuos al que va dirigida una encuesta, no se debe emplear léxicos incomprensibles.
- Las preguntas estarán basadas en un nivel de información que posean los entrevistados, caso contrario no tendrá un buen resultado.
- Se debe evitará redactar preguntas incómodas u ofensivas, para que el encuestado no tenga duda en responderlo.
- Se evitará la redacción de preguntas que como propósito tengan final tenga una respuesta concreta.
- Cada una de las preguntas se concentrará en un concepto o idea específico.

El modelo SERVQUAL.

Este modelo de SERVQUAL, es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de calidad de un servicio, a su vez permite reconocer las expectativas de los clientes de una organización o de una empresa que presta un servicio; este modelo también permite analizar los aspectos ya sean cuantitativos

y/o cualitativos de los usuarios, a este modelo se le conoce también como PZB, en honor a los profesores Parasuraman, Zeithalm y Berry, quienes propusieron este método de medición en el año 1985, con el fin propósito de medir el nivel de calidad del servicio.

Es importante analizar que los tres autores del modelo SERVQUAL o (PZB), definen que la calidad de un servicio es como una perspectiva o el visto bueno de un cliente, como los sostiene el autor (Machado, 1999), que “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (Machado, 1999).

De tal manera que la calidad obtenida es considerada como una variable multidimensional y que depende de muchos factores. a la vez que influyen dentro de una organización o fuera de la misma, las mismas que van a variar dependiendo de las circunstancias.

- ✓ Lo que escuchan los usuarios de otros.
- ✓ De las necesidades personales de los clientes.
- ✓ Experiencias de los productos o de los servicios obtenidos.
- ✓ Según la comunicación externa de los proveedores de un producto.
- ✓ Del reconocimiento de una organización y de su trayectoria.

Otros conceptos en relación a la medición del nivel de satisfacción de un servicio, se debe considerar los criterios básicos que requieren los clientes en sus productos o servicios percibidos, para evaluar la calidad del servicio o del producto se puede ayudar de los siguientes aspectos generales, las mismas que son:

1. En una organización o empresa es importante su apariencia, es decir de las instalaciones físicas, de su ubicación, del personal y de los materiales o instrumentos de comunicación.
2. Contar con la capacidad de una respuesta inmediata, pueda ser de carácter informativo o de carácter técnico, que puedan ayudar a los clientes y a los proveedores de un servicio.

3. Principalmente debe prevalecer la habilidad para ejecutar un servicio de modo correcto y adecuado.
4. Una organización debe contar con el personal profesional para las diferentes áreas según su funcionalidad, que dominen los conocimientos para la prestación de un producto o de un servicio.
5. La empresa debe adquirir la credibilidad, y la honestidad en la prestación de un servicio solicitado por un cliente.
6. La organización deberá capacitar al personal para que domine una cortesía, que este basado en la calidad de: atención, consideración, respeto y la amabilidad con los clientes.
7. Seguridad, es la confianza de que no existe peligro o algún tipo de riesgo de la pérdida del producto o de un servicio.
8. Accesibilidad, son las condiciones físicas o informativas para que el acceso sea de manera fácil y en menor tiempo.
9. Y por otra parte el cliente demostrará su estado de satisfacción, que consistirá en realizar preguntas sencillas sobre la calidad de atención.
10. La comunicación es muy importante, para la organización y el cliente, se emplearán herramientas técnicas para mantener a los clientes informados de los nuevos productos o servicios.

La creciente globalización de los productos nuevos en los mercados u organizaciones se va incrementando considerablemente, la competitividad entre los sectores económicos, ya sean del sector público o privado; como por ejemplo las empresas que se dedican a: restaurantes, hoteles y turísticas no están exentas a estos cambios, cada vez son más innovadores con las nuevas propuestas para sus clientes, ofreciendo una variedad de sus productos que ofertan; por lo tanto se generan competencias por captar el mayor número de sus clientes, esto les ha motivado a muchos empresarios a mejorar la calidad de un servicio, “en la actualidad existe en el mercado una alta competencia y con ello un notable aumento en la exigencia de la calidad de los servicios” (Trujillo, 2009), el autor en mención recomienda considerar el siguiente diagrama para obtener un buen resultado sobre el nivel de satisfacción del cliente.

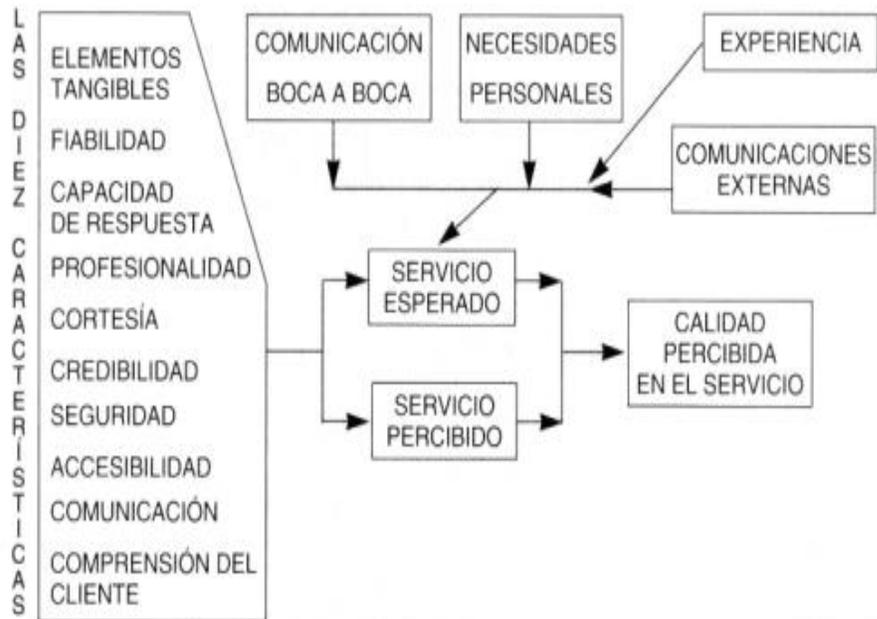


Figura 1-1. *Parasuraman et al. Representación de los diez aspectos generales.*

Fuente: Zeithalm. Parasuraman y Berry.

Escala.

Según el autor María Guadalupe Miranda, deduce que “para el desarrollo del modelo SERVQUAL se emplea la escala de Likert basada en siete puntos que abarcan desde un fuerte acuerdo y desacuerdo” (Miranda, 2016), dando una valoración de (1 punto) cuando está en desacuerdo y de (7 puntos) cuando está totalmente de acuerdo.

Dimensiones del servicio.

Para muchos autores la dimensión de un servicio debe ser lo más apropiado puesto que “el público objetivo al que se dirige, la necesidad o necesidades que se tratan de satisfacer esas necesidades” (García R. H., 2007), para lo cual se ayuda con el siguiente modelo que está basado en los 5 ejes, como muestra la figura.

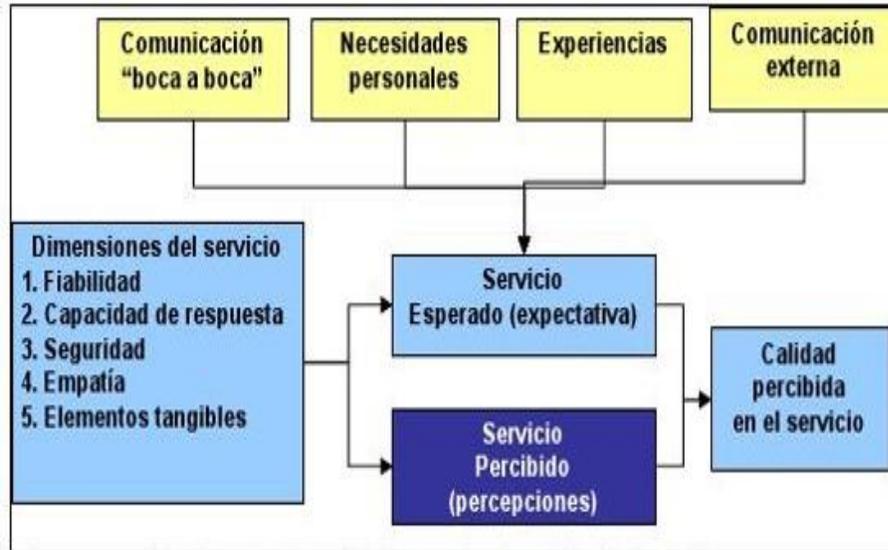


Figura 1-2. **Representación de las cinco dimensiones.**

Fuente: BPO Marketing: julio 2017

1. Fiabilidad, hacen refieren a la capacidad para prestar un servicio prometido de una manera fiable y cuidadosa de un trabajo determinado.
2. Capacidad de respuesta, hace mención de que es: una actitud, disposición y de una voluntad para ayudar a los usuarios a definir un servicio de manera ágil.
3. Seguridad, es una disposición y una voluntad determinada para ayudar a un cliente a proporcionar un servicio rápido dentro de una organización.
4. Empatía, es la atención individualizada que presta una organización o una empresa a sus clientes.
5. Elementos tangibles, es una apariencia o condiciones de las instalaciones físicas, equipos, personal y del material de comunicación.

Las 5 fuerzas competitivas de Porter.

Con estas variables que intervienen en los análisis de un entorno específico, que ha sido analizados por las 5 fuerzas, estos datos fueron recogido por Porter en el año 1982 para una competitividad dentro del mundo de las empresas vanguardistas.

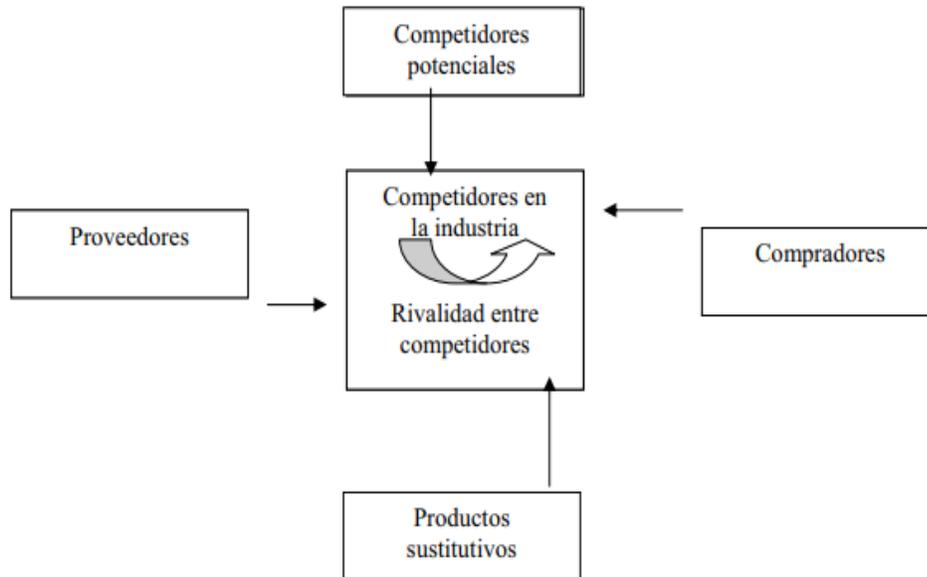


Figura 1-3. **Las cinco fuerzas competitivas de Porter.**
Fuente: Ciencias Administrativas Universidad de México.

1.1.4 Satisfacción del usuario.

Muchos autores sostienen que “la satisfacción de la necesidad de información mediante el comportamiento informativo, lleva a pensar en la evaluación de las fuentes y recursos utilizados por el sujeto para obtener una satisfacción positiva” (González, 2009), con este se evidencia que el cliente que percibe un servicio supera lo esperado en la dimensión de la necesidad, esto significa que las empresas públicas o privadas deben contar con las herramientas de calidad en los servicios que sea entregado a los usuarios con mayor agilidad. Y cuando un proveedor de servicios satisface las necesidades de un cliente es evidente que el cliente se sentirá cómodo y por lo tanto el proveedor estará conforme de haber prestado el servicio adecuadamente, de esta manera se demuestra el siguiente cuadro del cliente versus una organización.



Figura 1-4. **Representación de las expectativas del cliente vs organización.**
 Fuente: *El modelo SERVQUAL, Universidad de México.*

1.1.5 Niveles de satisfacción.

Para muchos autores como es el caso de (Pereyra, 2017), sostienen que “luego de realizar la compra o adquisición de un producto o de un servicio, los clientes experimentan uno de estos 3 niveles satisfacción” (Beatriz, 2017), por lo tanto es importante conocer estos niveles de satisfacción.

- ✓ Insatisfacción, se produce cuando el desempeño percibido de un producto o un servicio no alcanzan las expectativas de los clientes, es decir no están satisfechos.
- ✓ Satisfechos, se genera cuando el desempeño percibido de un producto o de un servicio generan una satisfacción al cliente.
- ✓ Complacencia, se produce cuando realmente el desempeño percibido de un producto o de un servicio exceden a las expectativas de un cliente.

Dependiendo del nivel de satisfacción de un cliente, se puede determinar el grado de lealtad que tendrá el cliente con una marca o con una empresa, por ejemplo, un cliente insatisfecho cambiará de marca o de la empresa, mientras que un cliente satisfecho se mantendrá leal a la marca o a la empresa, y esto será solo hasta que encuentre otra marca de mejor calidad o de la empresa con mejores ofertas, entonces esta pauta nos enseña que las empresas inteligentes buscan siempre complacer a sus clientes ya sea con programas o proyectos que puedan satisfacer con las nuevas expectativas de los clientes.

1.1.6 La importancia de la satisfacción del cliente.

Una empresa que presta un servicio, sin los clientes no tendría la razón de ser como tal, por lo tanto, es importante reconocer y aplicar técnicas de medición del nivel de satisfacción a un cliente, para identificar los conflictos que puedan existir en la prestación de los servicios, con una técnica de medición permite evaluar la estabilidad de la empresa, estas encuestas deben ser aplicadas periódicamente, con estas herramientas de medición aportan a la empresa diversos beneficios los mismos que pueden ser identificados de la siguiente manera.

Tabla 1-1. La importancia de lograr la satisfacción de un cliente.

Beneficios.	Acción del cliente.
Primer beneficio	Un cliente satisfecho por el servicio o por el producto, generalmente vuelve a comprar el mismo producto, entonces la empresa habrá ganado como beneficio la lealtad del cliente, y existe la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro a este cliente.
Segundo beneficio	El cliente satisfecho con la empresa por el producto adquirido, comunicara a otros sus experiencias positivas con un determinado producto o servicio. Entonces la empresa obtiene como segundo beneficio una difusión gratuita del cliente satisfecho que realiza a sus familiares, amigos y conocidos, a este beneficio se podría determinar como una (herramienta publicitaria).

Tercer beneficio	El cliente satisfecho con una organización o una empresa deja de lado a la competencia, estará enteramente satisfecho y se sentirá acogido con la empresa determinada, e incluso de llegar hasta defender a la empresa es decir se convertirá en un amigo leal.
------------------	---

Fuente: El modelo SERVQUAL, Universidad de México.

1.1.7 Análisis de casos de estudio similares.

Internacional.

En el trabajo de tesis de “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A Agencia Mall aventura Plaza, Trujillo año 2011” (Garcia L. , 2011).

Este proyecto de investigación fue realizado en la Universidad Nacional de Trujillo del Perú; el objetivo general de este trabajo fue el de determinar de cómo influyen los factores de calidad en los servicios, para conocer estos niveles de satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A, el investigador delimitó una muestra de 210 clientes del banco, mediante instrumentos de datos de una encuesta.

De tal manera que el investigador llega a la conclusión de que existen factores importantes en la satisfacción de los clientes y de forma parcializado, significa que existe un 99% de confianza de la calidad del servicio, esto influye en una manera significativa para la determinación y la medición del nivel de satisfacción de los clientes.

En este trabajo de investigación que fue realizado consistía en determinar el nivel de satisfacción del cliente; se basó en las teorías de algunos autores que determinan que la “Calidad de servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación de Productos la Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016” (Medina, 2016), realizado en la Universidad peruana la Unión Lima – Perú.

Nacional.

La empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Guayaquil denominada como (EMAPAG – EP). Esta empresa fue creada en el año 2012, con el objetivo de prestar los servicios de agua potable y alcantarillado; actualmente se conoce a esta empresa como la concesionaria Interagua, esta empresa posterior a una evaluación de los resultados de la encuesta realizado a sus clientes sobre los niveles de satisfacción, pudo identificar las debilidades de la empresa, esta encuesta le permitió a Interagua analizar y disponer algunas mejoras dentro de la empresa y así lograr obtener un aumento significativo del nivel de satisfacción del cliente.

Mediante las herramientas tecnológicas y estadísticas empleadas en una encuesta, la empresa cuenta con insumos referentes a las actividades y áreas para mejorar las dimensiones de calidad, de esta forma todas las instituciones u organizaciones trabajan para llevar a niveles organizacionales, con los nuevos modelos de liderazgos y controles internos de la empresa; con los procesos validados se analizan criterios que permitan impulsar a la excelencia las direcciones técnicas de un servicio.

Antes de un análisis de regresión (EMAPAG-EP), analiza las asociaciones entre las variables obtenidas. Usando todas las dimensiones del modelo SERVPERF y la variable de estudio Satisfacción Usuaría. Todas las correlaciones resultaron significativas al 1%. En particular, las más altas correlaciones se mostraron sobre la variable de satisfacción usuaria. La dimensión de fiabilidad presentó la mayor correlación con satisfacción usuaria ($r = .88$), esto revela que los aspectos relacionados a la eficacia del servicio es uno de los elementos más importantes asociados a la satisfacción del cliente. Por otro lado, se presentan también correlaciones significativas entre las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta se encuentran fuertemente asociados, revelando que la mejora en los aspectos de tiempos de atención, la eficacia del servicio y la respuesta a los requerimientos del cliente significaría el incremento de la calidad en estos ítems en

conjunto. Lo mismo sucede con la dimensión de seguridad, y elementos tangibles, los cuales mostraron las correlaciones más altas.

Tabla 1-2. Porcentajes reportados de satisfacción con el servicio de agua potable y otros servicios según sector geográfico.

Reactivo	Sector				
	Centro	Norte	Sur	Vía a Costa	Vía a Daule
Satisfacción con la calidad del servicio de agua potable					
Extremadamente insatisfecho	1.4%	1.3%	0.0%	0.0%	4.0%
Insatisfecho	4.2%	3.9%	7.5%	9.7%	14.7%
Indiferente	29.2%	27.3%	25.0%	61.3%	50.7%
Satisfecha	48.6%	39.0%	47.5%	22.6%	20.0%
Extremadamente satisfecho	16.7%	28.6%	20.0%	6.5%	10.7%
Satisfacción con los tiempos de servicios adicionales (Limpieza de alcantarillad, reparaciones de fuga, reconexiones, etc.)					
Extremadamente insatisfecho	4.2%	5.2%	0.0%	0.0%	6.7%
Insatisfecho	6.9%	13.0%	10.0%	29.0%	24.0%
Indiferente	30.6%	27.3%	27.5%	32.3%	40.0%
Satisfecha	47.2%	37.7%	45.0%	25.8%	26.7%
Extremadamente satisfecho	11.1%	16.9%	17.5%	12.9%	2.7%

Fuente: Interagua - Guayaquil.

La Cooperativa de Transportes “Flota Pelileo”.

Esta cooperativa de transportes fue creada el 24 de agosto de 1959, inicia con apenas con 15 socios, en el transcurso de estos últimos años ha logrado conformar más de 70 socios, con 9 frecuencias que van de la costa a la sierra y al oriente, estos recorridos son: Ambato- Guayaquil, Ambato- Milagro, Ambato- Baños, Ambato- Puyo, Ambato- Tena, Ambato- Coca, Ambato- Quito, Quito – Tena, Tena- Guayaquil.

En la cooperativa de Transportes “Flota Pelileo” se ha observado que existe mala calidad del servicio, quejas continuas de los clientes, perdidas de clientes lo que ha ocasionado una mala imagen organizacional; según el autor de esta investigación, todo esto se deba al no contar con capacitaciones permanentes a los empleados

sobre una mejor calidad en el servicio las ventas bajaron y perdieron clientes, “situación que genera conflicto entre los usuarios que obligan al incumplimiento del horario, del recorrido, con música incoherente que disgusta al pasajero, más aún la falta de cortesía por parte de los empleados. A más de estos inconvenientes, están, la mala calidad del servicio” (Pico, 2011), a continuación se aprecia el nivel de satisfacción de los clientes de esta empresa.

Tabla 1-3. Ejemplo de nivel de satisfacción en una cooperativa.

¿Considera usted que se encuentra satisfecho con el servicio que le ofrece la cooperativa?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	132	47.7	47.7	47.7
No	145	52.3	52.3	100
Total	277	100	100	

Fuente: Encuesta Gabriela Pérez, mayo 2011.

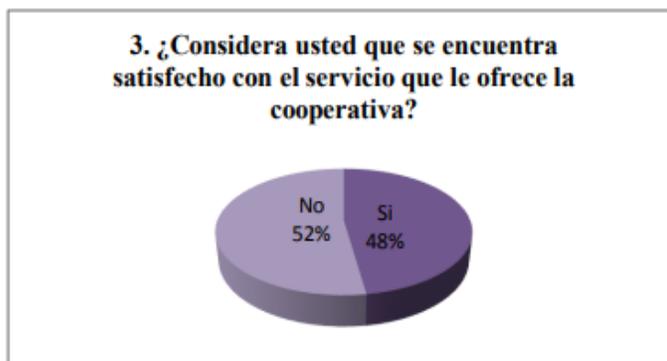


Figura 1-5. Representación gráfica, satisfacción del cliente del transporte “Flota Pelileo”.

Fuente: Encuesta Gabriela Pérez, mayo 2011.

Con los datos obtenidos de este proyecto de investigación; se determinó que el 48% de los clientes tomados de referencia se encuentran satisfechos con el servicio de transportes; mientras que el 52% no están satisfechos con los servicios que presta la empresa de transportes.

Local.

El restaurant “JAMA”, está ubicado en la Av. Pedro Vicente Maldonado en la ciudad de Riobamba, a pesar de ser un sitio de comida con muy poco tiempo en el mercado, ha demostrado ser una empresa estable y con moderada aceptación de la población. Sin embargo, resulta necesario que se desarrolle un plan estratégico para mejorar la administración de la funcionalidad, de esta manera lograr un nivel alto de satisfacción del cliente, lo cual ayudaría al restaurant a proyectarse como un servicio potencial, introduciéndose fácilmente en un mercado que cada vez presenta exigencias y competencias.

En la actualidad el restaurante “JAMA”, no cuenta con un plan estratégico que fortalezca la administración, que le permita garantizar y controlar todos los procedimientos de gerencia que es importante para desarrollar la productividad como empresa u organización.

Actualmente esta organización demuestra una indisciplina administrativa con deficiencias de mercadeo y laboral, los cuales no cumplen con las funciones que detienen el desarrollo continuo de una administración, evitando el logro de resultados eficientes.

Como un plan estratégico para el período 2019- 2023, se ha desarrollado una investigación para mejorar la administración del restaurante “JAMA”. “Con innovación continua y acertada al igual que sus colaboradores para mantenerse y crecer en el mercado empresarial” (Yamasca, 2020, pág. 18), para la toma de decisiones será de manera efectiva y correcta, de tal manera que con la elaboración de la planeación estratégica que ayudará a determinar cuáles son los diferentes escenarios de lo que podría ser o suceder con respecto a los valores obtenidos de las encuestas, según se detallan a continuación.

Tabla 1-4. Resultados de satisfacción del cliente de un restaurante.

Resultados de la encuesta de satisfacción del cliente del restaurante “JAMA”.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	1%	25%
Bueno	2%	50%
Regular	1%	25%
Mala	0%	0%
Total	4%	100%

Fuente: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2020.

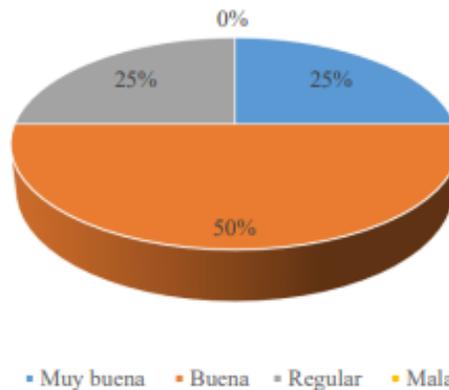


Figura 1-6. Representación gráfica del nivel de satisfacción del restaurante “JAMA”.

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2020.

Según los datos obtenidos de esta encuesta, se observa en la figura 6, que el 50 % de los colaboradores encuestados manifestaron, considera buena la gestión administrativa del restaurante, seguido de un 25 % que considera muy buena la gestión administrativa del restaurante y el otro 25 % restante considera la gestión administrativa del restaurante como regular. De acuerdo a estos resultados se puede interpretar que no todos los colaboradores del restaurante “JAMA” tienen el mismo criterio sobre la gestión administrativa por parte del propietario.

1.2 Planteamiento del problema de investigación.

Con estos antecedentes, las organizaciones del Ecuador se proponen a desarrollar una cultura vanguardista con el afán de comercializar un servicio orientada a buscar

el beneficio de los clientes y a cumplir con todas sus expectativas, para lograr obtener un nivel alto de satisfacción de los clientes.

En la actualidad en el mundo de las empresas la atracción y la retención de los clientes es la clave del éxito de todas las organizaciones y así dependen fundamentalmente de la demanda de los clientes, ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego es la satisfacción del cliente, si las empresas no satisfacen las necesidades y deseos de sus clientes estas tendrán una existencia corta o una institución deplorable , por lo tanto, todos los esfuerzos debe estar orientado en los clientes, en las organizaciones es importante la atención al cliente, en el caso de la empresa (EPMAPACH), no posee un sistema para medir la satisfacción del cliente.

La medición de calidad para este caso es una relación de tipo externo que viene dado por el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio o de los consumidores de un bien público como el caso de los clientes de la EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DEL CANTÓN CHUNCHI (EPMAPACH), que brinda los servicios básicos de agua potable y de alcantarillado en la población de la parroquia matriz del cantón Chunchi, la cual busca mejorar en su gestión administrativa.

La insatisfacción de los usuarios de la empresa se presenta principalmente por el manejo de la información dentro del sistema administrativo del departamento de Tecnólogas de la Información y Comunicación (TIC), puesto que no cumple según las normativas vigentes y de acuerdo a la Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP), además, se debe dar continuidad y mejoras en el servicio con la actualización de la gestión administrativa y el gerente general de la empresa pueda ejercer sus funciones de conformidad al siguiente artículo “Art. 11 DEBERES Y ATRIBUCIONES DEL GERENTE GENERAL.- El gerente general, como responsable de la administración y gestión de la empresa público” (LOEP, 2017).

Se validarán las soluciones más oportunas dentro de las gestiones administrativas de la empresa (EPMAPACH), para diseñar unas nuevas herramientas tecnológicas

para controlar y dar seguimiento a los procesos de los usuarios, dentro del departamento de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), la cual debe reflejar los resultados de la gestión y de esta manera medir el nivel de satisfacción de los usuarios.

El tipo de investigación que se empleara en el proyecto es el tipo de investigación no experimental para la cual se ayuda con la siguiente figura.

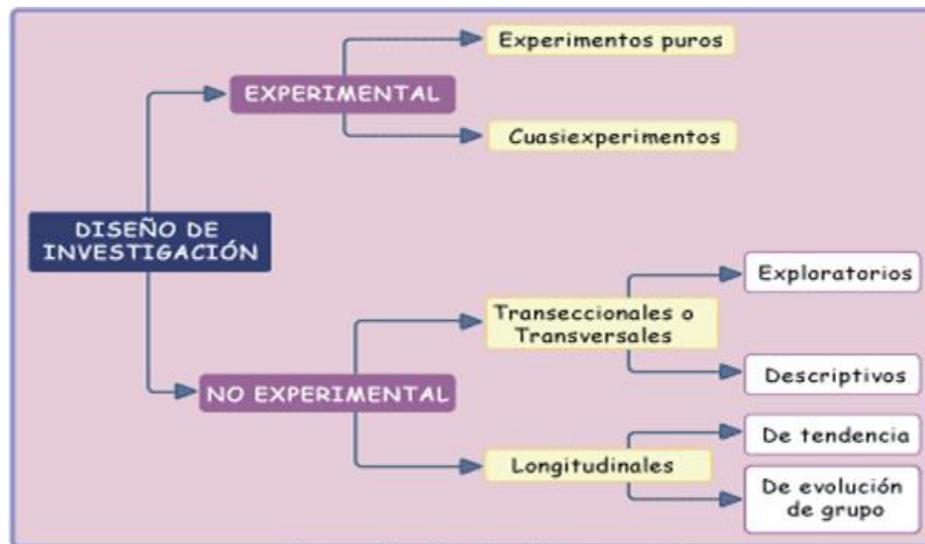


Figura 1-7. *Diseños de la investigación.*

1.2.1 Formulación del problema.

Con la “Administración pública 4.0 para mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa pública (EPMAPACH-CHUNCHI)”, lo que se va a lograr es dar un cambio significativo en el modelo de gestión administrativa, y de esa manera obtener un nivel representativo de satisfacción del cliente.

Preguntas directas.

¿Cuáles son las causas de que exista una deficiente calidad en el servicio de los clientes de la empresa pública (EPMAPACH)?

¿Cuáles serían las posibles alternativas de solución para mejorar la satisfacción al cliente?

¿Qué estrategias de calidad del servicio serán las adecuadas para mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa?

1.2.2 Sistematización del problema.

En este proyecto de investigación, lo que se va a plantear es una solución a los problemas existentes dentro de la empresa pública (EPMAPCH), debido a que su gestión administrativa no está innovándose, por lo que han generado algunas interrogantes entre los usuarios, las más comunes tenemos las siguientes.

- ✓ ¿Por qué la empresa genera problemas en las facturaciones al consumidor en los servicios que presta?
- ✓ ¿Existe un control y seguimiento de los trámites en cada uno de los procesos?
- ✓ ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, y como mejorarlo?

En este proyecto de investigación se busca mejorar el servicio al cliente mediante la aplicación de la administración pública 4.0, se parte de la información primaria la misma que se obtendrá de las fuentes de la empresa y de las encuestas que serán empleadas durante la ejecución del proyecto, con la información obtenida se procesarán para plantear mediante los siguientes productos que estarán enfocados como el fin último de la investigación.

- ✓ Diseñar estrategias que permitirá agilizar los procesos de la gestión en la empresa (EPMAPACH) mediante la administración pública 4.0.
- ✓ Determinar estrategias que ayuden a subir el nivel de satisfacción de los usuarios en la prestación de los servicios que brinda la empresa.
- ✓ Establecer cuál sería el grado de apoyo de los directivos para implementar un modelo de la administración pública 4.0.

1.3 Objetivos.

1.3.1 Objetivo general.

Con la implementación de la Administración pública 4.0 en la gestión administrativa de empresa (EPMAPACH), se busca mejorará el nivel de satisfacción de los usuarios, por lo que el objetivo general es:

- ✓ Establecer un modelo de gestión basado en la Administración pública 4.0 en la empresa (EPMAPACH), que permita mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios mediante la implementación de Eficiencia, Eficacia, y Calidad.

1.3.2 Objetivos específicos.

- ✓ Determinar cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, con los servicios de la empresa (EPMAPACH).
- ✓ Desarrollar una propuesta para implementar un modelo de la Administración pública 4.0 y establecer estrategias para garantizar la estabilidad de la empresa.
- ✓ Identificar los aspectos a fortalecer para mejorar la satisfacción de los servicios que presta la empresa (EPMAPACH).

1.4 Justificación de la investigación.

El propósito de esta investigación es para dar soluciones a los problemas que ha venido generando una mala reputación a la institución por muchos años, las más comunes que generan los problemas son: (por la falta de acceso a la información pública, por un mal servicio en atención al cliente, por baja calidad percibido en el producto que comercializa la empresa, por la demora de los trámites administrativos, y por los valores muy altos en la facturación debido a un fallo humano).

Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo es sumamente importante para lograr una adecuada evaluación de la calidad de un servicio que brinda una institución o una organización, “considerándolo imprescindible, ya que se relacionan significativamente, según los resultados obtenidos por otros estudios de satisfacción del usuario y calidad del servicio” (Beatriz, 2017).

El presente proyecto de investigación se realiza con el afán de contribuir mejoras a la sociedad para generar soluciones óptimas al problema que actualmente presenta la empresa pública (EPMAPACH), esta investigación ayudará a que la empresa cumpla con los objetivos propuestos y genere un óptimo desarrollo organizacional mediante implementación de programas vanguardistas que vayan dirigidos a mejorar la satisfacción de los clientes.

También ha sido posible de realizar el presente proyecto de investigación porque el desarrollo de la misma es factible, ya que, se cuenta con la información teórica, con información amplia a través de fuentes académicas, institucionales y bibliográficas que facilitan el desarrollo del estudio sobre estrategias de calidad del servicio, contándose con el respaldo y la colaboración por parte de todos los funcionarios de la empresa pública (EPMAPACH), y de los usuarios que actualmente existe 1182,00 usuarios en la base de datos de la institución.

Se espera mejorar la gestión administrativa de la empresa pública, mediante la implementación de plataformas las mismas que serán socializadas sobre su uso en la cual contendrá toda la información y lo más importante donde el usuario podrá acceder a su historial sobre los consumos y de esa manera ir controlando los valores a cancelar y las facturas pendientes de cada usuario, se podrá dar un seguimiento a los trámites de una manera ágil y veraz, se contará con una base de datos para las consultas a futuro ya sean económicos o sobre la calidad del agua que brinda la empresa pública (EPMAPACH).

1.5 Marco de referencias de la investigación.

Habiendo definidos los conceptos anteriores que son la parte esencial de la presente investigación se procede con la ampliación de las características de las variables que sustentan el propósito de esta investigación.

Para este proyecto se tomarán la información existente en la empresa EPMAPACH, por cuanto se ha expuesto de algunas falencias que se dan en la administración, se utilizara el método de la investigación cuantitativa.

En este punto se abordarán todos los conceptos y proposiciones que tienden a explicar el problema planteado. Sobre las bases teóricas de la investigación como indica el autor (Sabino, 2002) sustenta lo siguiente.

“El marco teórico, también llamado marco referencial (y a veces, aunque con un sentido más restringido denominado, así como marco conceptual) tiene precisamente este propósito: dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema. Es decir, se trata de integrar al problema dentro de un ámbito donde éste cobre sentido, incorporando los conocimientos previos referentes al mismo y ordenándolos de modo tal que resulten útiles en nuestra tarea” (Sabino, 2002).

Para este proyecto de investigación, que consiste en determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa EPMAPACH-CHUNCHI, de la parroquia matriz del cantón Chunchi, de la provincia de Chimborazo, esta encuesta estará dirigido a los 1182,00 usuarios que constan en la actualidad en la base de datos; según el autor mediante la utilización de “Estadística descriptiva: corresponde con la caracterización de una muestra teniendo en cuenta las variables definidas para su estudio. La estadística descriptiva permite el tratamiento de información mediante la recolección, tabulación, tráfico y análisis de datos” (Peña, 2007).

Para la definición de las variables, se debe emplear los verbos que estén relacionados a la conducta que pueda verse, no se permite las interpretaciones, no se hace uso de los conceptos, ni deben emplearse los adjetivos o sustantivos, solo se requiere emplear las conductas conocidos como los (verbos). que serán de variables independientes, para posteriormente obtener las variables dependientes conocidos como causa y efecto, para comprender de mejor manera revisaremos la siguiente figura de los tipos de variables.

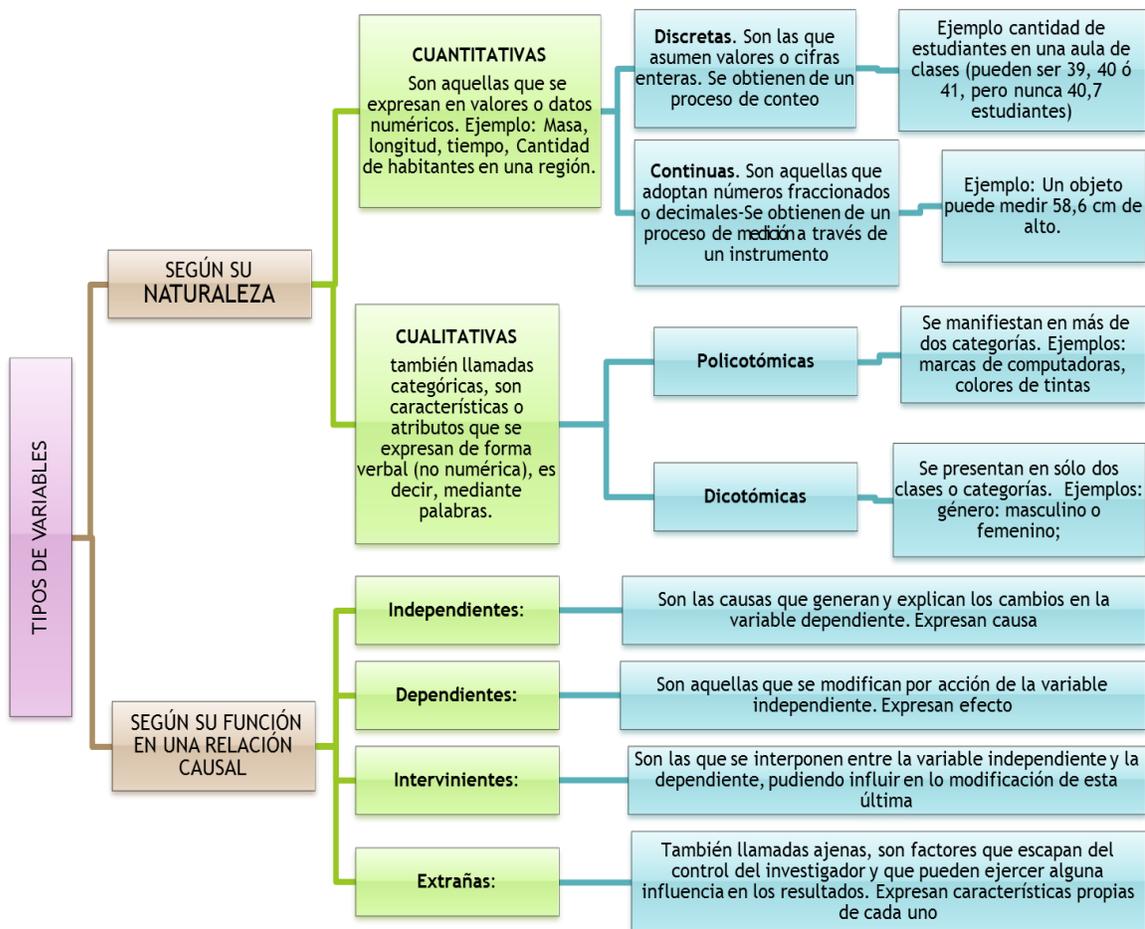


Figura 1-8. *Tipos de variables.*

2 CAPITULO II

Marco metodológico.

El área determinada para este proyecto de investigación, son los usuarios de la EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DEL CANTÓN CHUNCHI (EPMAPACH), la cobertura del servicio de la empresa es en la parroquia Matriz del cantón y sus comunidades aledañas, quienes son involucrados directamente para este proyecto de investigación, que es el caso de determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa.

El cantón Chunchi de la provincia de Chimborazo tiene una extensión de 274,9 kilómetros cuadrados, su rango altitudinal se encuentra entre los 1.600 y 4.300 m.s.n.m., que de acuerdo a los datos del VII Censo de Población y VI de Vivienda el centro cantonal contó con una población de 7.405 personas datos según (INEC, 2010), además se obtienen datos verídicos que representa el 58% del total de las personas en el cantón; de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, el 62,7% de la jefatura de familia en la Matriz de Chunchi son hombres y el 37,3% son mujeres.

Estos datos fueron tabulados en el censo determinado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), realizado en el año 2010, según los datos del censo de Población y Vivienda realizado en este cantón se conoció que las personas que habitan en todo el cantón Chunchi el 42% se dedican en su mayoría a la Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca, de ellas el 74,6% lo hacen por cuenta propia, siendo de este un total, el 60% son hombres y el 40% son mujeres; en esta misma rama de actividad el 20% trabajan como jornaleros o como peones, de este grupo el 72% son hombres y el 28% son mujeres.

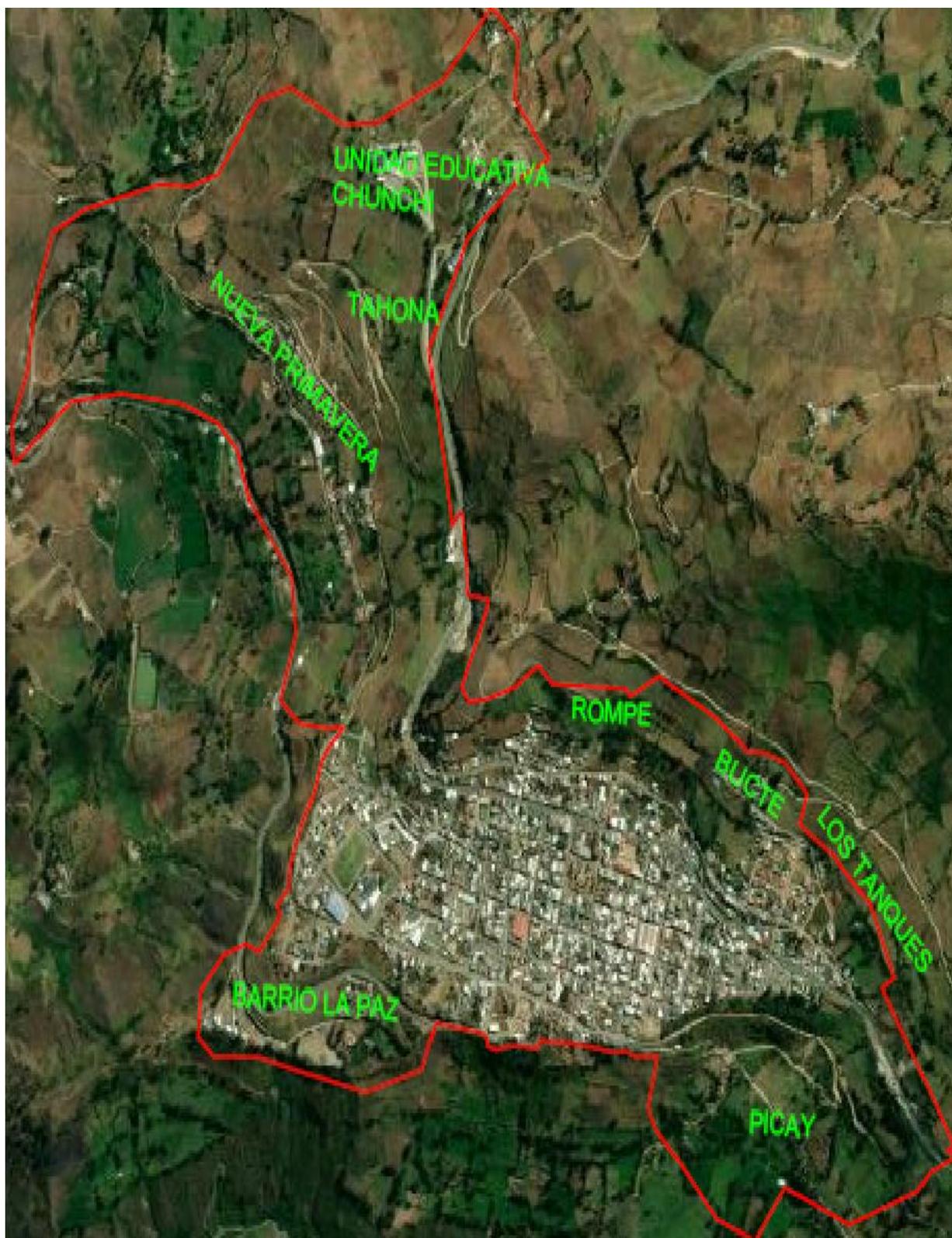


Figura 2-1. Determinación de superficie de expansión del cantón Chunchi.
Fuentes: GAD Municipal de Chunchi, 2021.

2.1 Métodos de investigación.

Para este proyecto de investigación se aplicó el método lógico histórico de observación de los hechos o problemas que viene acarreado de algunos años atrás en la institución, analizando el porqué de los problemas, partiendo de las hipótesis o de las suposiciones del origen de los problemas, que se evidenciaban día a día en una relación entre los usuarios y los trabajadores de la empresa, los problemas más comunes que se dan en esta institución son: (por la falta de acceso a la información pública, por un mal servicio en atención al cliente, por baja calidad percibido en el producto que comercializa la empresa, por la demora de los trámites administrativos, y por los valores muy altos en la facturación debido a un fallo humano), para dar respuestas a las interrogantes planteados y determinar cuáles serían las soluciones de esta problemática.

El método empírico a usarse será el de (Observación y Medición) en esta investigación del presente proyecto que tendrá un enfoque cuantitativo, por cuanto permite la medición de los datos en términos numéricos, los que se hayan obtenido por medio de determinados instrumentos, con el fin de analizar de forma estadística los datos cuantitativos, y a su vez realizar la respectiva interpretación de los resultados de la encuesta de manera confiable. En concordancia a lo precisado anteriormente, en cuanto a la investigación cuantitativa, coincide con la explicación del autor para este tipo de investigación que “está basada en el estudio de los diferentes elementos, características y propiedades vinculados con el tema de investigación desarrollados mediante factores numéricos cuantificables de forma metódica” (Cook, 2016). Por lo tanto, este proyecto de investigación considera a la investigación cuantitativa debido a que se basa en la medición de datos verificables y confiables para experimentar o conocer el entorno de la población de la muestra que luego serán definidos en términos estadísticos a fin de proporcionar las respuestas a las interrogantes planteadas en esta investigación.

Justificación metodológica para esta investigación.

Es muy importante medir el nivel de satisfacción del usuario conocido como cliente, para desarrollar una adecuada evaluación sobre la calidad del servicio que presta la empresa u organización, considerando lo más importante que es el servicio al cliente, para un análisis sobre la satisfacción del usuario y calidad del servicio, es necesario evaluar periódicamente la satisfacción de los usuarios de una empresa.

2.2 Enfoque de la investigación, tipo de diseño de investigación y alcance.

En el presente proyecto de investigación se empleó el tipo de diseño de investigación no experimental, por lo que se va a observar los fenómenos en este caso que son los problemas existentes en la empresa tal y como son, estos problemas son ya existente, es decir no se va a experimentar ningún fenómeno; con este diseño de investigación los resultados contribuirán para generar una solución a cada problema existente en la empresa (EPMAPACH).

Alcance.

Como alcance de este proyecto de investigación tiene como finalidad la determinación clara, sencilla y concreta de los objetivos que se intentarán alcanzar a lo largo del trabajo, mediante la implementación de los métodos que vayan dirigidos a mejorar el nivel de satisfacción de los clientes, consiste en describir las actividades y procedimientos a seguir.

Cobertura.

La cobertura se entiende como un total o el porcentaje de la población a quien se dirige la investigación, los datos permitirán determinar e interpretar los resultados, los usuarios de la empresa EPMAPACH, de la parroquia matriz del cantón Chunchi,

de la provincia de Chimborazo, será la población a considerar que son 1.182 usuarios que constan en los registros de la base de datos de la empresa.

Tabla de operacionalización de variables.

Para la definición de lo que es una tabla de operacionalización de variables, se debe emplear los verbos que estén relacionados a la conducta que pueda verse, no se permite las interpretaciones, no se hace uso de los conceptos, ni deben emplearse los adjetivos o sustantivos, solo se requiere emplear las conductas conocidos como los (verbos).

2.3 Unidad de análisis, población y muestra.

La investigación cuantitativa es un método estructurado de recopilación y análisis de la información, en un proyecto de investigación los datos se tomarán de fuentes primarias, y en los procesos que se llevará a cabo con las herramientas estadísticas y matemáticas, es decir son cuantificables los resultados de una investigación para lo cual fue planteado el problema objeto de estudio, una vez obtenidos los datos deben ser procesados y comparados de manera numérica o grafica según los parámetros requeridos.

Tabla 2-1. Elementos a considerar en el proceso de definición de la muestra.

1	Se debe definir una población, conocido como el tamaño y elementos que lo componen la misma.
2	Se debe determinar una unidad de observación, conocido como la unidad muestral y sus características.
3	Se debe definir aquella información necesaria para hacer la selección de una muestra.
4	Seleccionar las muestras.
5	Definir el método que se aplicara en el proyecto.

Fuente: Fontalvo, T. y Vergaram J. (2010 p.24).

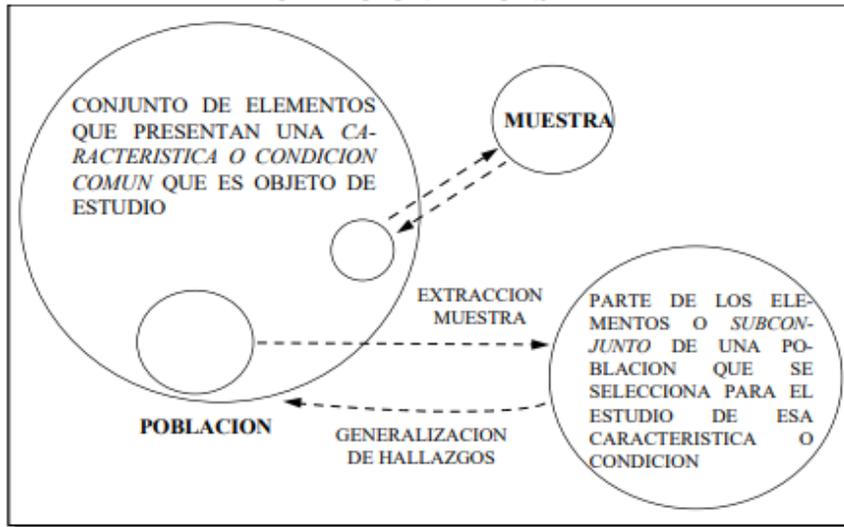


Figura 2-2. Como determinar una población y una muestra.
Fuente: Fontalvo, T. y Vergaram J. (2010 p.24).

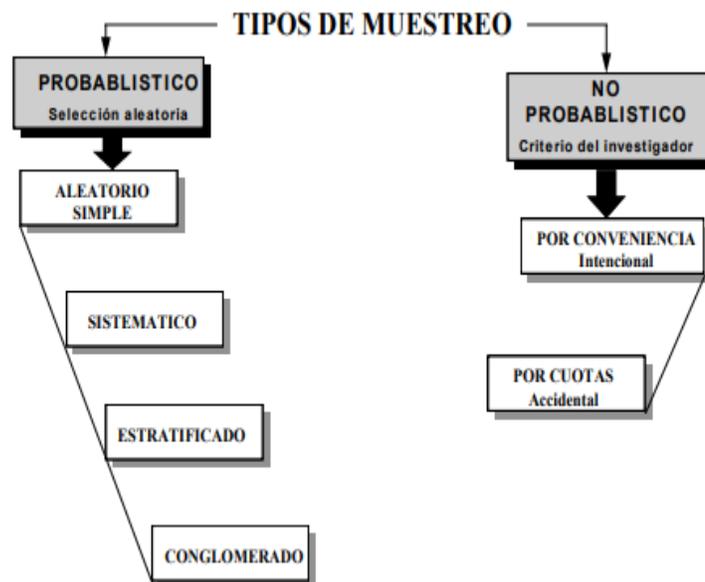


Figura 2-3. Tipos de muestreos para una investigación.
Fuente: Fontalvo, T. y Vergaram J. (2010 p.24).

Una muestra sistemática.

En este proyecto de investigación se debe aplicar el tipo de la muestra; considerando los datos de la población (N), y el tamaño de muestral que es representado con la letra (n), con estos dos valores se obtiene el salto muestral que

consiste en una comparación de estos dos valores y su fórmula es (N/n) . Además se requiere un listado de los elementos de una determinada población, con un cierto número aleatorio de elementos, se debe seleccionar el primer elemento de la muestra de la población de la que se esté estructurando; a ese número se le suma el salto muestral y se obtiene el número del segundo elemento; siendo la fórmula aplicable $n_1 + (N/n) = n_2 + (n/n) = \dots n$; como lo aduce el autor (Velázquez, 2014).

El tamaño muestral.

Este tamaño muestral dependerá de las características, es decir si una población es finita o infinita, por lo que dependerá de la varianza, y partiendo de esta se aplicaran los valores parametrizados para el tamaño de la muestra, como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 2-2. Valores de las tablas para la fórmula cuantitativa.

% Error	Nivel de Confianza	Valor de (Z) calculado en tablas	%	Valor (d)
1	99%	2.58	90	0.1
5	95%	1.96	95	0.05
10	90%	1.645	99	0.001

Fuente: Secretaría de Salud del Estado de Tabasco México.

El tamaño de la muestra para determinar el nivel de satisfacción en la empresa EPMAPACH, se establece mediante la fórmula del cálculo de porcentajes para una investigación descriptiva. Para esta investigación se optó por elegir un margen de error de hasta 5% (0.05/100); y el grado de confiabilidad que se da es del 95%; para lo cual se asume un valor de $p = 0.5$ y $q = 0.5$. Mediante la aplicación de la fórmula que se usa para determinar el tamaño de la muestra (n); y con la guía técnica para la evaluación de la satisfacción es la siguiente ecuación.

$$n = \frac{NZ^2 pq}{d^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Se aplicará la fórmula para una población finita (puesto que la población definida es el número de usuarios registrados en la base de datos de la empresa EPMAPCH-CHUNCHI, que son de 1182,00 usuarios).

Dónde:

p = es el valor proporcional aproximada del fenómeno del estudio de la población que vamos a definir.

q = es la proporción de la población de referencia y que no debe ser mayor a 1 en estudio (1 -p).

La suma del valor de p y el valor de q siempre debe ser igual a 1. Por ejemplo, si p= 0.8 q= 0.2

Z, N y d se explicaron en el párrafo anterior.

N=1182 usuarios Es la población.

n= ¿? Muestra

Z=1.96 Nivel de confianza es del 95%

d=0.05

p=50% Probabilidad a favor

q=50% Probabilidad en contra

$$n = \frac{1182 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2(1182 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50} = \frac{1.135,1928}{3,9129} = 290.11$$

El número de muestreo a quienes se va a realizar las encuestas son a 290 personas.

2.4 Variable de la investigación.

Para este trabajo de investigación vamos a ver las variables dependientes e independientes, estos datos nos permite medir los resultados que se han obtenido en una encuesta, se puede representar una cantidad medible con las herramientas

estadísticos y matemáticos, la determinación de las variables en una investigación muchas veces son los procesos críticos que requieren claridad en el planteamiento del problema, la definición precisa de las variables que serán medidas y analizadas cuando se han identificado los procedimientos a seguir para una determinada encuesta, como es el caso para esta investigación las variables independientes son los usuarios de la EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DEL CANTÓN CHUNCHI (EPMAPACH), en la parte urbana de la parroquia Matriz del cantón, quienes son involucrados directamente para este proyecto de investigación, que es el caso de determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa, como se indica en la siguiente figura.

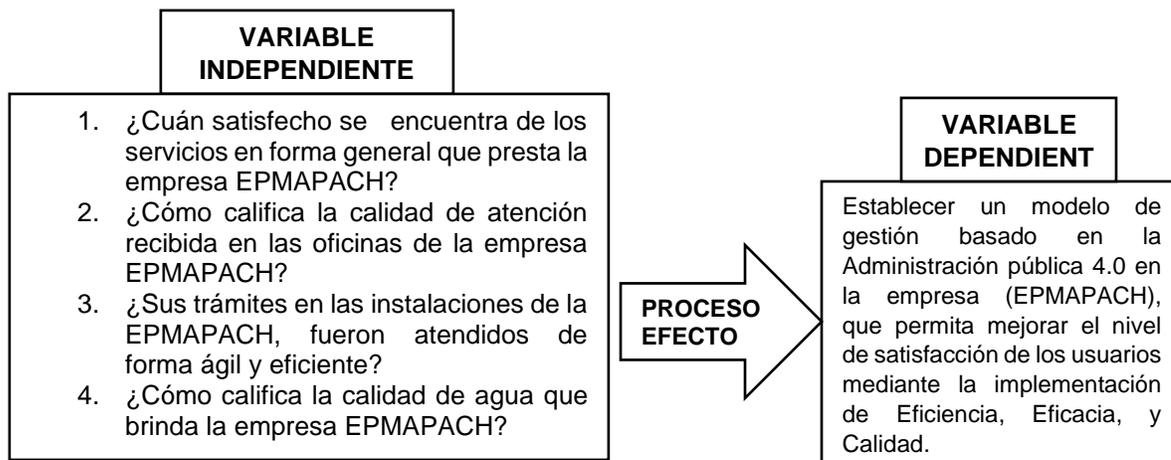


Figura 2-4. Variables dependientes e independientes.
Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

Tabla 2-3. Tabla de ítems.

	ITEMS	Resultados			
1	Cuán satisfecho se encuentra de los servicios en forma general que presta la empresa EPMAPACH	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
2	Cómo califica la calidad de atención recibida en las oficinas de la empresa EPMAPACH	Muy buena	Buena	Regular	Mala
3	Sus trámites en las instalaciones de la EPMAPACH, fueron atendidos de forma ágil y eficiente	Sí	No	Sin comentarios	
4	Cómo califica la calidad de agua que brinda la empresa EPMAPACH	Muy buena	Buena	Regular	Mala

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

2.5 Tabla de operacionalización.

Tabla 2-4. Tabla de operacionalización de las variables.

Variables	Dimensiones	Sub Dimensiones	Operacionalización		Ítem
			Indicadores	Tipo de Variables	
Establecer un modelo de gestión basado en la Administración pública 4.0 en la empresa (EPMAPACH), que permita mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios mediante la implementación de Eficiencia, Eficacia, y Calidad.	CALIDAD DE SERVICIO QUE OFERTA LA EMPRESA (EPMAPACH) ACTUALMENTE.	CAPACIDAD DE RESPUESTA.	Capacidad de respuesta.	Variable independiente	3
			Disposición por resolver los problemas del cliente		
		EMPATÍA.	Grado de comunicación cliente-empresa.	Variable independiente	1, 2
			Dedicación de tiempo a cada cliente.		
		CONFIABILIDAD	Puntualidad.	Variable independiente	4
			Confianza.		
		SEGURIDAD.	Grado de conocimiento y atención mostrado por los empleados.	Variable independiente	4
			Gado de seguridad del cliente en las transacciones con la empresa.		
		ELEMENTOS TANGIBLES.	Apariencia del personal.	Variable independiente	3
			Apariencia de la instalación, equipos y del material de comunicación.		

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

2.6 Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información.

Fuente de información.

Se usan las fuentes primarias para esta investigación, como es el caso de las entrevistas directa mediante una encuesta prediseñada, esta encuesta que estaba dirigido a los usuarios de la empresa, formulada para determinar el nivel de

satisfacción del usuario de la EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DEL CANTÓN CHUNCHI.

Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Como instrumentos técnicos usados en este proyecto de investigación, que tiene como finalidad (Establecer un modelo de gestión basado en la Administración pública 4.0 en la empresa EPMAPACH, que permita mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios mediante la implementación de Eficiencia, Eficacia, y Calidad), para poder determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa fue necesario realizar una encuesta que este dirigido a los actores principales que son los usuarios o los que serán los beneficiarios directos de los cambios que suscitaran posteriormente a este trabajo investigativo, estas encuestas o entrevistas con el usuario ayudan a conocer más allá el fenómeno o el problema investigativo.

En una investigación de carácter cuantitativo, los cuestionarios son técnicas apropiadas, es decir son herramientas efectivas para la recolección de datos que están diseñadas para legitimar el comportamiento y la confianza de los participantes quienes están interesados en los resultados que se obtengan al finalizar este trabajo de investigación.

Las herramientas técnicas usados con mayor frecuencia, en las encuestas realizadas, son las estadísticas y matemáticas, que mediante la tabulación se determinaron los porcentajes, como se aprecia en la siguiente figura.

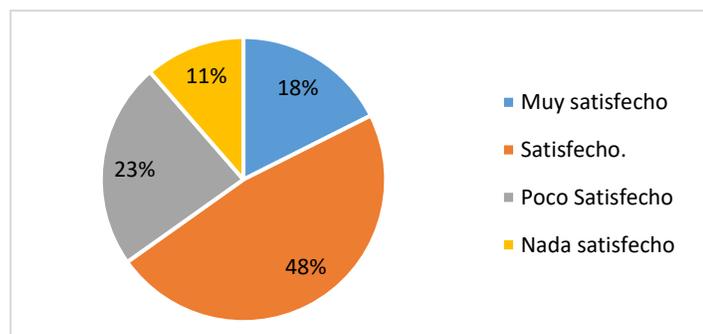


Figura 2-5. Datos estadísticos de una entrevista.

3 CAPITULO III

3.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

3.1.1 Resultados.

Entrevista realizada a los clientes de la empresa (EPMAPACH) de la ciudad de Chunchi, se obtuvo los siguientes resultados.

¿Cuán satisfecho se encuentra de los servicios en forma general que presta la EPMAPACH?

Tabla 3-1. Tabla de resultados de la encuesta sobre la satisfacción del usuario.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy satisfecho	51	18%
Satisfecho.	138	48%
Poco Satisfecho	68	23%
Nada satisfecho	33	11%
Total	290	100%

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

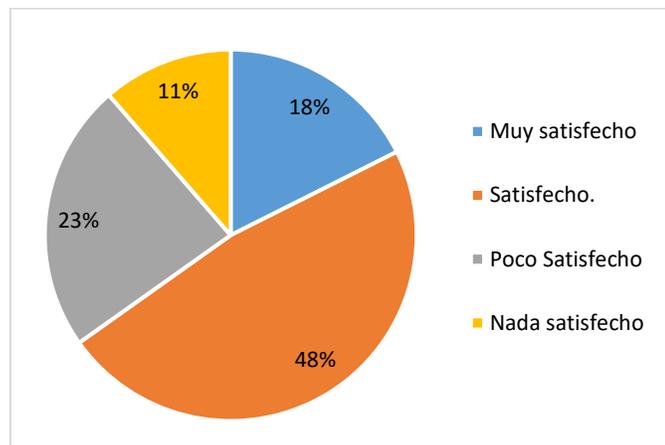


Figura 3-1. Demostración del nivel de satisfacción del usuario de la empresa.
Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

En la encuesta realizado a los usuarios de la EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO (EPMAPACH), para saber el nivel de satisfacción se obtuvo los siguientes resultados: como muy satisfechos están el 18% de un total de 290 encuestados y 48% están satisfechos, el 23% están pocos satisfechos, mientras que el 11% no están satisfechos para nada con los servicios que presta la empresa.

¿Cómo calificaría la calidad de atención recibida en las oficinas de EPMAPACH?

Tabla 3-2. Tabla de resultados de la encuesta sobre la atención al usuario.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	58	20%
Bueno	111	38%
Regular	103	36%
Mala	18	6%
Total	290	100%

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

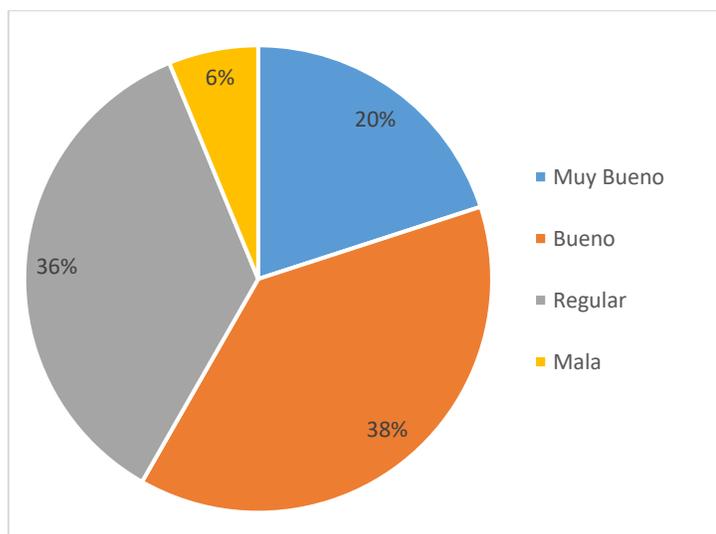


Figura 3-2. Demostrado gráficamente la calidad de atención en la empresa.

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

En la encuesta realizado a los 290 usuarios de la EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO (EPMAPACH), sobre la pregunta cómo califica la calidad de servicio recibido por la empresa a lo que respondieron lo

siguiente: solo el 20% lo califican de muy buena calidad, el 38% lo califican de que el servicio es bueno y 36% determinaron que la calidad del servicio es regular, mientras que el 6% afirman que la atención es mala.

¿Sus trámites en las instalaciones de la empresa EPMAPACH fueron atendido de forma ágil y eficiente?

Tabla 3-3. Tabla de resultados de la encuesta, sobre la agilidad y eficiencia.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	166	57%
No	88	30%
Sin comentarios	36	13%
Total	290	100%

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

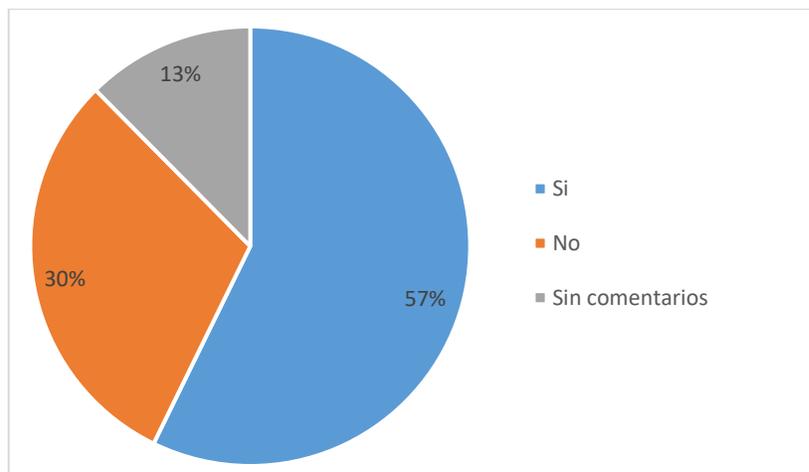


Figura 3-3. Demostrado gráficamente la gestión administrativa en la empresa.

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

En las encuestas realizadas a los 290 encuestados, sobre la pregunta de que si los tramites fueron atendidos de forma eficiente dieron los siguientes resultados: el 57% dijeron que, si mientras que el 30% dijeron que no, sin embargo, existe un 13% que decidieron no dar ningún comentario.

¿Cómo calificaría la calidad de agua que brinda la EPMAPACH?

Tabla 3-4. Tabla de resultados de la encuesta sobre la calidad del agua.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	87	30%
Buena	121	42%
Regular	63	22%
Mala	19	6%
Total	290	100%

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022.

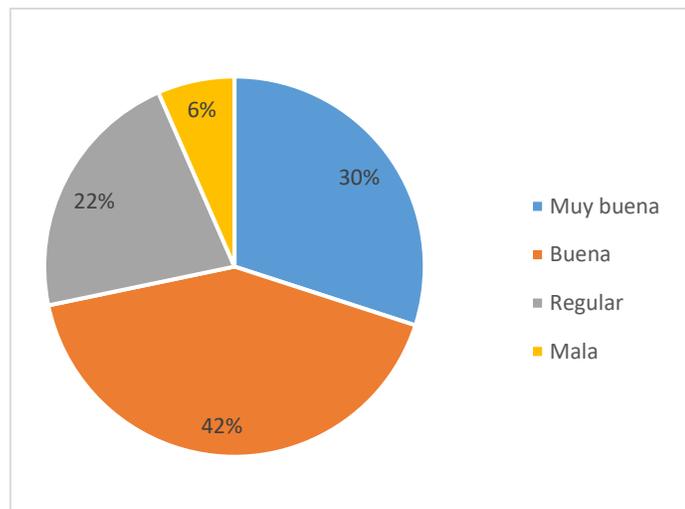


Figura 3-4. Demostrado gráficamente la calidad del agua de la empresa EPMAPACH.

Fuente: Elaboración propia: Luis Acero Amay 2022

Finalmente, los usuarios encuestados, sobre la pregunta de la calidad del agua que comercializa la empresa (EPMAPACH), mantuvieron los siguientes resultados: el 30% afirman que el agua es de muy buena calidad, el 42% sostiene que el agua es buena, 22% indica que el agua es regular, mientras que el 6% indica que el agua es de mala calidad.

Dentro de un plan estratégico de una institución, siempre debe estar definido por la visión, misión y valores, es necesario manejar con objetividad la organización para poder alcanzar la satisfacción de los usuarios, un estatus prospero que genere más rentabilidad e influencia en el mercado, para poder realizar un análisis de FODA.

Fortalezas.

- Ubicación.
- Cuanta con varios recursos hídricos disponibles.
- El personal es capacitado.
- La atención a los clientes es personalizada.
- EL personal operativo es de planta.
- La empresa tiene saneado las cuentas, sin deuda con los proveedores, lo que le permite tener un patrimonio.

Oportunidades.

- Incrementar el número de los usuarios de la empresa.
- La posibilidad de hacer convenios con otras empresas similares, locales o de la región.
- Opción a un crédito con diferentes instituciones del estado.
- Contar con una nueva tecnología de potabilización del agua.
- Facilidad para un préstamo BID para este tipo de proyectos de mejora.

Debilidades.

- No cuenta con una infraestructura propia.
- Las instalaciones son inadecuadas, para la operación diaria.
- No cuenta con un laboratorio propio.
- No posee suficientes recursos económicos.
- Cambio del personal administrador es muy frecuente.
- No hay una actualización del pliego tarifario.
- Mala atención al cliente.
- Riesgo de que se cierre la empresa.
- Desconfianza de los clientes.
- Inestabilidad funcional de la empresa.
- Baja recaudación, mal manejo de los recursos.

Amenazas.

- Que ingrese un ente privado a prestar los servicios.
- Una nueva regulación que afecte pliego tarifario.
- Que la agencia de regulación ARCSA, no emita el permiso de funcionamiento.
- Que la empresa pase a ser una unidad del municipio.

Con los puntos analizados en el FODA, se debe reestructurar el plan de acción existente, implementar los objetivos y metas, difundir las acciones y los cambios que se realizan en la empresa, medir los niveles de impacto en la sociedad, con los criterios de calidad de servicio se pueden implementar los cambios en la empresa (EPMAPACH), mediante los siguientes puntos.

- Tener un control adecuado de la calidad del agua.
- Capacitar al personal en cuanto a la atención de los clientes.
- Mejorar la infraestructura, adecuar para una mejor atención.
- Adquirir implementos para el funcionamiento del laboratorio.
- Socializar las acciones tomadas para un cambio del plan estratégico.
- Crear medios publicitarios y campañas de la calidad del agua.

Se recomienda proponer campañas de incentivos, mediante agasajos y entrega de premios por los pagos puntuales de los clientes.

3.1.2 Discusión de los resultados.

Con la aplicación de los instrumentos de recopilación y de tabulación de los datos, se obtuvieron resultados que permiten determinar la realización del presente proyecto, la exposición de una propuesta que ayude a planificar en base a estrategias que aporten al desarrollo económico y sustentable de la empresa (EPMAPACH), por cuanto la empresa no cuentan con un plan estratégico para mejorar la administración institucional, las debilidades más críticas son: no tener un

laboratorio de análisis de agua propio para llevar un control adecuado sobre la calidad, falta de personal capacitado en algunas áreas, tienen una infraestructura inadecuada.

Los niveles de satisfacción obtenidos en la encuesta de satisfacción hecho a los usuarios de la empresa son poco favorables para la institución, la empresa no tiene estrategias para mejorar la prestación de los servicios básicos. Es preciso un cambio, para mejorar al personal tanto administrativo y operativo de la empresa (EPMAPACH). En las encuestas realizados a los 290 usuarios de la empresa tenemos los siguientes resultados.

- ✓ Se obtuvo una brecha del 34% de encuestados que no están satisfechos con la gestión pública de la empresa, se debe cubrir ese valor, para mejorar el nivel de satisfacción, mediante campañas y cambios en la gestión administrativa como la gestión operativa.
- ✓ Se obtuvo un valor alto que es el 42% de los encuestados que aseguran que la calidad del servicio recibido en la empresa es mala, se debe diseñar un plan estratégico para mejorar el servicio de atención al público.
- ✓ En cuanto a la pregunta que si los tramites fueron atendidos de manera eficiente en la empresa existe un alto nivel de quienes aseveran que no, dando un porcentaje del 42%, es significativamente que casi el 50% de los encuestados no están satisfechos con la gestión administrativa de la empresa.
- ✓ Finalmente, los usuarios encuestados, sobre la pregunta de la calidad del agua que brinda la empresa (EPMAPACH), el 29% indican que el agua es de mala calidad, debiendo cubrir o enmendar esta brecha mediante los resultados de los exámenes del laboratorio sobre la calidad del agua.

La institución no tenía un buen prestigio por la ciudadanía, no desarrollaba la rendición de cuentas de cada año, al punto que la Contraloría General del Estado, informó el incumplimiento de esta obligatoriedad en un examen general de auditoría realizado en el año 2018, desde entonces se ha procurado en cumplir con esta

recomendación y con las obligaciones establecidos por los distintos entes de control.

La mayor parte de los encuestados han manifestado que la empresa debe implementar una plataforma tecnológica de consultas y pagos en línea de las planillas, al igual que otras instituciones lo hacen en la actualidad, indican que al acercarse a la empresa se sorprenden por la cantidad que deben pagar.

Toda vez que se ha analizado las encuestas realizadas a los consumidores del servicio de agua potable y de alcantarillado, se ha identificado las debilidades que tiene la empresa en la prestación de los servicios básicos, las mismas que se deben considerar para implementar mejoras a corto plazo.

En área de operación y mantenimiento existe un alto índice de desconformidad por los usuarios, debido a que han comunicado de manera urgente los daños o falta del líquido vital en algunos sectores de la ciudad, y no han sido atendidos oportunamente, y muchas de las veces el agua llegaba con demasiado cloro.

En la empresa no existían registro digital, es decir los registros lo realizaban de manera física, por lo tanto, recursos humanos y materiales no eran utilizados adecuadamente en la empresa, esto generaba una mayor desconfianza en la población, por lo que se reorganizó y mejoró la gestión administrativa.

4 CONCLUSIONES.

Con la ayuda de las encuestas realizadas se puede establecer un modelo de gestión basado en la Administración pública 4.0 para la empresa (EPMAPACH), con el fin de mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios mediante la implementación de Eficiencia, Eficacia, Calidad y Transparencia.

El nivel de satisfacción obtenido en la encuesta, se debe considerar que son poco favorables para la empresa, pese a los cambios realizados en la institución durante los años 2021, 2022 y 2023, es oportuno señalar que en el último año se pudo mejorar los servicios y dar un cambio significativo mejorando la imagen de la institución.

Se debe desarrollar una propuesta que permita mejorar el modelo administrativo, mediante la implementación de las herramientas tecnológicas de la Administración pública 4.0, crear una base de datos en la página web institucional de la empresa que permita dar cumplimiento a la Ley de Transparencia, donde la información sea veraz y oportuna para toda la ciudadanía, en observancia al Art. 100 numeral 4 de la Constitución de la República del Ecuador.

En base a la investigación realizado se puede identificar las áreas que deben ser fortalecidos para mejorar el nivel de satisfacción, mediante un modelo de gestión administrativa; tomando como referencia a otras empresas similares que se han transformado con la ayuda de la Administración pública 4.0; como es el caso de las empresas: (INTERAGUA de la ciudad de Guayaquil, EMAPA de la ciudad de AMBATO, AGUAS MACHALA E.P de la ciudad de Machala, ETAPA de la ciudad de Cuenca).

5 RECOMENDACIONES.

Se propondrá al Directorio de la empresa (EPMAPACH), un modelo de gestión más operacional; y que se actualice su portal institucional para que diseñe una plataforma tecnológica que permita consultar las deudas y los pagos en línea, por lo que ha existido una gran demanda de estos servicios por la ciudadanía.

Se sugiere crear un comité de seguridad y vigilancia, quienes exigirán al departamento de Talento Humano, para que inspeccionen los trabajos y los rendimientos de todo el personal con el fin de garantice la estabilidad de la empresa.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- ADERASA. (2022). El futuro de los servicios de agua y saneamiento en América Latina. *iadb.org*, 6.
- Amador. (2003). Desafíos de la administración pública. *Editorial Konrad*, 15.
- Asamblea, N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Lexis.
- Basalar, R. S. (2016). Nivel de Calidad del Servicio en la Universidad de Callao. *Industrial Data*, 9.
- Beatriz, M. P. (2017). Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario Externo. *Ciencias gerenciales del Perú.*, 16.
- Berry, L. (1989). La calidad del servicio. *Imorentas Madrid*, 1.
- CHUNCHI, G. (2021). COOTAD. *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.*, 349.
- Cook, T. D. (2016). Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. *Ediciones Morata, S. L.*, 91.
- Flores, M. F. (2018). Sistema de gestión y control de la calidad: Norma ISO 9001:2015. *Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento. Vol. 2 núm., 1*, 6.
- García, L. (2011). Calidad de Servicio y Satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A. *Biblioteca digital.*, 18.
- García, R. H. (2007). Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas. *Economía y valores.*, 30.
- González, J. J. (2009). Satisfacción de usuarios: la investigación. *UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO*, 11.
- INEC. (2010). VII Censo de Población y VI de Vivienda. *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*, 3.
- Lentini, E. (2015). El futuro de los servicios de agua y saneamiento en América Latina. *Banco Interamericano de Desarrollo.*, (1-3)-66.
- LOEP. (2017). *Apítulo II, de los Administradores*. Quito: Lexis.
- Machado, A. M. (1999). La calidad percibida y las cartas de servicios. *UNTREF VIRTUAL*, 210.
- Medina. (2016). Satisfacción del cliente. *Purina.*, 21.
- Mera, C. (2007). Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL. *Revista de la facultad de Ingeniería Industrial.*, 9.
- Miranda, M. G. (2016). El protocolo de investigación IV: las variables de estudio. *Alergia Mexico*, 4.
- ONU. (2012). El derecho humano al agua y los ODM. *Water as a Human Right? PNUD*, 3.
- Peña, C. (2007). *Estadística Descriptiva*. México: Revista Alergia México.
- Pereyra, B. M. (2017). Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario Externo del Área de admisión. *Ciencias gerenciales del Perú*, 28.

- Pico, G. A. (2011). La calidad del servicio, satisfacción del cliente, transporte "Flota Pepileo". *Universidad Técnica de Ambato.*, 19.
- Robles, A. y. (2010). Metodología de la investigación, una discusión necesaria en la universidades de Zulia. *Digital Universitaria UNAM*, 10.
- Sabino, C. (2002). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.
- Santacruz, G. L. (2018.). *Libro Blanco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento*. Quito.: MINTEL.
- Trujillo, A. (2009). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. *PANORAMA SOCIOECONÓMICO AÑO 27, N° 38, p. 16 - 30 (Julio 2009)*, 18.
- UNIR. (2023). Que es la industria 4.0 y cuales son sus características. *Universidad Internacional de la Rioja 2023*, 5.
- Velázquez, M. e. (2014). Centro Público de Investigación CONACYT. *Tlalpan CDMX*, 16.
- Yamasca, W. (2020). PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL RESTAURANTE "JAMA". *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.*, 18.
- Zambrano, A. (2007). Planificación Estratégica, propuestas y control de la gestión pública. *Editorial Texto, C.A*, 237.